# NEOJAPONISMO

COLECCIÓN FEDERICO TORRALBA
DE ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL

# NEOJAPONISMO.
# REFLEXIONES EN TORNO AL AUGE Y CONSOLIDACIÓN DE LA CULTURA POPULAR JAPONESA

Jaime Romero Leo

PRENSAS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Jaime Romero Leo
© De la presente edición, Prensas de la Universidad de Zaragoza
(Vicerrectorado de Cultura y Proyección Social)
1.ª edición, 2023

Grupo de referencia «Japón». Financiado por el Gobierno de Aragón.

Proyecto de investigación: *Japón, España, México: Relaciones artísticas y culturales* (PID2022-137369NB-I00)

Diseño de la cubierta: Fernando Lasheras
Imagen de la cubierta: Toromi, cartel promocional *Welcome to Ryohoji!*

Colección Federico Torralba de Estudios de Asia Oriental, n.º 13
Directora de la colección: Elena Barlés Báguena
Secretario: V. David Almazán Tomás

Prensas de la Universidad de Zaragoza. Edificio de Ciencias Geológicas, c/ Pedro Cerbuna, 12
50009 Zaragoza, España. Tel.: 976 761 330
puz@unizar.es http://puz.unizar.es

Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

ISBN 978-84-1340-684-8
Impreso en España
Imprime: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza
D.L.: Z 2211-2023

*A Valérico, María Luisa y Celsius por el amor y la esperanza*

# NOTA SOBRE EL TEXTO

En este libro los nombres propios japoneses aparecerán escritos con el apellido en primer lugar, siguiendo el modelo tradicional nipón. Además, con el fin de respetar la pronunciación original de todas las palabras japonesas utilizadas, se añadirá a las vocales que lo requieran el signo diacrítico «¯», lo cual indica que se trata de una vocal larga.

Junto a los términos y expresiones en japonés se ha colocado, entre corchetes, su traducción al español. A lo largo de la investigación se ha preferido usar los términos en japonés para conservar los matices y diferencias que pueden existir entre dichos conceptos y la traducción de los mismos a las lenguas occidentales.

En relación a ciertos textos y obras académicas en japonés referidos a lo largo del libro, en los casos en los que se mencione su título original, se añadirá entre corchetes el título traducido al inglés si dicho texto ha sido traducido al menos a esta lengua o, en español, mediante una traducción propia, si dicho texto se encuentra tan solo escrito en japonés.

En el caso de los cuadros y figuras que acompañan al análisis, se ha decidido traducir los títulos al español. En el supuesto de que en alguna ocasión concreta sea necesario referir al título de la obra en su lengua original, se añadirá entre corchetes.

# PRÓLOGO

Le debemos más a nuestras ilusiones
que a nuestro conocimiento[1]
Lafcadio Hearn, *Glimpses of Unfamiliar Japan*

Quiero empezar este prólogo con unas palabras de Lafcadio Hearn, precisamente porque su obra ha contribuido en gran medida a acrecentar el entusiasmo por Japón en Europa y América. Contemporáneo de Van Gogh y los otros *japonistas*[2] ilustres que este libro nos da a conocer, su elogio del Japón de antaño se centra en lo espiritual, lo irracional, lo diferente; todo lo que, en su opinión, Occidente había dejado de ser. Esta cita es incluso más perspicaz de lo que su autor imaginaba, pues también puede explicar muchas de las contradicciones de su propia vida y obra, y de las de otros occidentales que se han sentido atraídos por la cultura de Japón desde que el comodoro Perry arribara a su hermética costa a mediados del siglo XIX.

En efecto, pareciera que, a pesar de la presencia casi ubicua de productos de consumo japoneses en cualquier lugar del mundo actual, su lugar de origen siguiera cubierto de una niebla impenetrable. ¿Qué país y qué cultura son esos que tanto adoramos los viejos o nuevos *japonistas*? Coleccionistas de arte decimonónico, autores y pintores europeos, admiradores americanos del milagro económico de los ochenta, críticos de arte de los noventa, *otakus* contemporáneos que sueñan con pasear por Akihabara. ¿Es un

1 Traducción propia del original: «We owe more to our illusions than to our knowledge».
2 Si se me permite el barbarismo de aplicarlo a las personas y no solo a las ideas.

lugar real o imaginado, ilusión o conocimiento? Quizá sea una nación ficticia, como escribió Roland Barthes, a pesar de los millones de turistas que la visitan cada año. Ni siquiera está claro el nombre que podemos darle a este entusiasmo: japonismo, neojaponismo, posjaponismo… ¿Depende de la época o de lo sincero de nuestro anhelo? Son preguntas incómodas que muchos intérpretes de la cultura japonesa, académicos o no, tratan de esquivar, pues no parece haber una respuesta que no ponga en evidencia la ignorancia o insensibilidad cultural de su autor. Estas son las arenas movedizas en las que el presente libro se adentra sin complejos.

Jaime Romero Leo se acerca al fenómeno del neojaponismo de manera multidimensional, demostrando una amplitud de miras fruto de una larga investigación y un extraordinario camino de lecturas previas. Otras aproximaciones a este fenómeno se han mantenido dentro del campo de la historia del arte y la estética, pero Romero expande sus miras e incorpora teorías y conceptos culturales, filosóficos, filológicos e históricos. No solo eso, sino que además considera el sistema socioeconómico más amplio, con sus contradicciones e intereses encontrados. El libro traza las tensiones sociales y artísticas que desde el propio Japón llegan a añorar el aislamiento del período Edo e insisten en lo único y diferente de todo lo japonés.[3] Nos explica la paradoja entre este nacionalismo extremo y el autoorientalismo que se pliega a los deseos foráneos para presentarse como un objeto de deseo a la vez exótico y *mukoseki,* 'sin patria', para no ofender a nadie y gustar a todo el mundo, una combinación imposible que sin embargo logra convencer. Romero Leo nos muestra cómo el impulso de las autoridades japonesas en su promoción del *Cool Japan* crea un caldo de cultivo propicio para una expansión cultural que ya existía

3 Una postura que ha resurgido en la pandemia del COVID-19, en que Japón permaneció aislado mucho más tiempo que ninguna otra nación, y los viejos sentimientos antiextranjeros revivieron de manera singular.

previamente, pero al mismo tiempo revela una serie de tensiones e incompatibilidades extremadamente interesantes. En efecto, y por usar un ejemplo del propio texto, el movimiento *superflat* iniciado por Murakami Takashi no puede entenderse solo como una estética, en definitiva como superficie, sino que supone una crítica al sistema artístico y a toda una sociedad del consumo con ramificaciones hacia el pasado y hacia el futuro.

El libro se adentra sin complejos por un camino de reflexión plagado de peligros, que el autor supera con aptitud y sensibilidad. El espinoso terreno de la apropiación cultural y las imágenes que los occidentales construimos sobre Oriente se identifican e interpretan, pero no se resuelven de manera prematura o facilona, evitando caer en el prejuicio o el entusiasmo acrítico. Por ejemplo, se trata el fenómeno del *Nouvelle Manga* o el *Iberomanga,* en que la estética y semántica de la cultura popular nipona da lugar a corrientes artísticas específicas en países europeos. La discusión de cómo el *manganime* al mismo tiempo refleja y produce una realidad que se exporta y se entrelaza con las estéticas y contextos locales, en una fusión extremadamente prolífica.

Y es que estamos en el terreno de la superposición, el *remix,* los flujos de ideologías circulantes, que diría Appadurai. En efecto, no se trata solo de que a Occidente le fascine Japón y su arte, sino que también la cultura japonesa se ha dejado encantar por la occidental con múltiples ejemplos de americanización del arte y los productos populares. Estas influencias van más allá de la estética, y se adentran en la ideología al comprender la subcultura como resistencia, siguiendo las ideas de Okada. La obra de este pensador, como de otros ilustres teóricos japoneses mencionados en este libro, surge en diálogo con la filosofía y pensamiento crítico europeos. Romero Leo hace pues de puente entre las escuelas de pensamiento japonesas y las occidentales, en un proceso de traducción cultural que es enormemente valioso por sí mismo. Esto le permite poder explicar de manera convincente cómo una red de factores complejos acaba condensándose en un imaginario

contradictorio cuyo poder de atracción, innegable, también ha ido evolucionando con el tiempo.

El libro es también una delicia para los sentidos debido a las muy bien elegidas ilustraciones, y el modo tan vívido en que Jaime Romero describe los imaginarios que se superponen, los samurái y las *geishas* de antaño con el universo manganime, ambos mundos alternativos, cada uno a su manera. Hay multitud de ejemplos fascinantes, como la historia del templo budista Ryōhōji en Hachiōji, que reinterpreta sus deidades a través de una estética manga y se convierte en un lugar de peregrinación *moe* para *otakus* de todo el mundo, o los turistas que recorren Japón en busca de los lugares que aparece en las películas de Makoto Shinkai.

Por último, me satisface especialmente el modo en que la cultura popular se interpreta y cuestiona con la misma seriedad con la que se considera el arte pictórico y otras manifestaciones de la alta cultura. Hay muy pocas obras de este calibre, por no decir ninguna, que puedan enlazar ambos campos con la misma soltura y convicción. Por todo esto, es todo un placer poder asegurarle al lector que este libro no le decepcionará. Cualquier *japonista, amateur* o profesional, encontrará en esta obra un complejo y fascinante tratamiento del encuentro entre la cultura japonesa y la occidental que le abrirá nuevas avenidas de pensamiento. Si esto fuera un videojuego, cuya importancia estética y social el autor se toma muy en serio, la lectura de este libro nos cualificaría sin duda para subir al siguiente nivel. Como dice Mario al comienzo de cada carrera, en otro ejemplo de fusión cultural: «let's a go!».

Susana Tosca

# INTRODUCCIÓN

Veintiuno de agosto del año 2016. En el estadio Maracaná, el más grande de Brasil y recinto principal de los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, una curiosa estructura ha sido colocada en el centro. Es un cilindro verde de unos dos metros de diámetro que emerge del suelo como si de una tubería se tratase. El acto de clausura de los Juegos está a punto de llegar a su momento álgido, coincidiendo con la presentación de la que será la próxima sede de la cita olímpica: Tokio. Las luces del Maracaná se apagan y en las pantallas del estadio, así como en la de los televisores y ordenadores de todos aquellos que siguen el acto desde sus casas, empieza a proyectarse un vídeo. Se trata de la pieza audiovisual que Japón ha preparado como presentación de los próximos Juegos de 2020: en medio del famoso paso de cebra de Shibuya, una estudiante, ataviada con su uniforme escolar, suelta su mochila y empieza a realizar acrobacias de gimnasia rítmica a la vez que una frenética música de *jazz* resuena en los altavoces. Comienza a sucederse una serie de imágenes de deportistas japoneses enfrascados en sus especialidades. En todas las transiciones el protagonismo lo copa una pelota roja, símbolo central de la *hinomaru,* la bandera nacional nipona, con la que los deportistas interactúan. Conforme avanza el vídeo, entre las imágenes de los atletas, personajes de los mundos del manga, el anime y los videojuegos aparecen en la escena: el capitán Tsubasa golpea de chilena la bola roja, Pac Man hace lo propio con los puños, mientras una Hello Kitty en traje de animadora agita dos pompones alentando a los deportistas.

Finalmente, la bola acaba llegando de improviso a las manos del por entonces primer ministro, Abe Shinzō, a quien vemos sentado en la parte trasera del coche presidencial que avanza dejando tras de sí el emblemático edificio de la Dieta. Mientras sostiene la bola, Abe mira su reloj preocupado, temiendo no llegar a tiempo al acto de clausura de Río 2016. Por fortuna, Doraemon, el popular personaje de manga, acude volando en su ayuda. Así, de su bolsillo mágico saca la boca de una tubería verde que sitúa en medio del paso de cebra de Shibuya, en el que comenzó el vídeo, y que conecta directamente con aquella otra tubería situada en el Maracaná. Segundos después, el vídeo concluye y las cámaras enfocan la boca de la tubería del estadio por la cual, entre vítores y aplausos, asciende el presidente de Japón, ataviado con la ropa y la gorra de Super Mario, el fontanero más famoso del mundo y rostro de la internacionalmente conocida empresa Nintendo.

Como cabe imaginar, el singular espectáculo fue ampliamente comentado en periódicos, canales televisivos y web de noticias en todo el mundo. También desde Japón, diversas voces de los ámbitos de la cultura y la política señalaron directamente el episodio protagonizado nada más y nada menos que por el presidente del país, debatiendo sobre lo que simbolizaba, sobre su alcance y sobre la manera en la que Japón, actualmente, se presentaba ante el mundo. Para muchos no resultó extraño que, en la toma de relevo de los Juegos Olímpicos, Japón decidiese recurrir a algunos de los elementos más representativos de su cultura contemporánea, entre los que destacan el manga, el anime y los videojuegos. Al contrario, en cierto modo, era lo esperado. Con el definitivo *boom* internacional de la cultura del entretenimiento nipón, a finales de la década de 1980, los representantes tradicionales de Japón: *geisha,* sumo, samurái, etc. habían dejado espacio a otros nuevos surgidos de los mundos del cómic y de la animación, personajes con los que los jóvenes y no tan jóvenes americanos y europeos se habían criado, jugado, coleccionado, intercambiado, disfrazado… Desde la consolidación definitiva de la cultura popular japonesa en

el mundo han sido numerosas las obras que han analizado cómo Japón, a la vez que fue perdiendo el músculo económico que lo caracterizó en la esfera internacional en las décadas de 1970 y 1980, logró consolidar su posición e influencia a través del *soft power* que el manga, el anime y los videojuegos le ayudaron a construir.

Este interés creciente por Japón, que los productos de la cultura popular ayudaron a fomentar, fue rápidamente designado por investigadores, artistas, escritores y coleccionistas como una suerte de neojaponismo. Es decir, inmediatamente comenzó a establecerse un trasvase directo entre el gusto por «lo japonés», surgido en la segunda mitad del siglo XIX en Europa, y ese nuevo gusto por «lo japonés» acaecido a finales del siglo XX. Así es como el uso del término neojaponismo empezó a consolidarse en los últimos años. De este modo, si hoy se teclea la palabra en alguno de los buscadores de internet más usados, aparecerá una cantidad ingente de entradas que remiten a blogs, ensayos, noticias, reseñas, etc., todos ellos relacionados, normalmente, con productos como el manga y el anime. También en el ámbito académico, en artículos, trabajos de máster y tesis doctorales, el término ha sido utilizado con frecuencia desde principios del siglo XXI. En este sentido, el concepto no resulta algo nuevo ni genuino para aquellos que están interesados en el ámbito de la cultura japonesa contemporánea.

Sin embargo, si se examina detalladamente el uso que suele hacerse del mismo, rápidamente se aprecia que es meramente descriptivo y en la mayoría de los casos, además, ciertamente superficial: el concepto es manejado desde la aceptación tácita de que hoy, en la actualidad, nos encontramos ante un nuevo japonismo desde el que se explica la fascinación que el archipiélago nipón causa sobre todo en Occidente. Este discurso de que la fascinación contemporánea se presenta como un correlato de la decimonónica y que, por ello, comparten nombre, lleva a la mayoría de investigaciones que mencionan el neojaponismo a establecer una serie de comparaciones directas y descontextualizadas entre los dos fenómenos. Un ejemplo sintomático es el escrito del profesor

David Almazán, «Del *japonismo* al *neojaponismo*. Evolución de la influencia japonesa en la cultura occidental», publicado en 2010 dentro de la obra *Japón y el mundo actual*. El título del capítulo resulta ciertamente sugerente y en el comienzo del mismo el autor aventura aportaciones clave, como el intento de marcar cronológicamente el inicio del fenómeno neojaponista. A pesar de que el estudio es riguroso y proporciona un acercamiento imprescindible al concepto, incurre en las comparativas comunes que suelen establecerse entre el gusto por «lo japonés» decimonónico y aquel que comenzó a gestarse a finales del siglo XX. Así, entre los epígrafes en los que se encuentra dividido el escrito destacan: «Del libro de viaje al *blog*», «Del *inrō* al teléfono móvil», «Del *manga* de Hokusai al *manga* y *anime*» y «Del disfraz de japonesita al *cosplay*», entre otros. También en la obra de Pilar Cabañas y Matilde Rosa Arias, *Zen, Tao y Ukiyoe. Horizontes de inspiración artística contemporánea,* publicada en marzo de 2021, en el último capítulo, dedicado a los imaginarios artísticos contemporáneos, se recurre a este tipo de alusiones. Al final de dicho capítulo, Matilde Rosa Arias asegura que nos encontramos ante un nuevo orientalismo surgido a finales del siglo XX «que impregna a una nueva generación de jóvenes occidentales», un «estilo neoasiático» que se ha ocupado de redefinir y reinventar ciertos arquetipos del pasado. Aunque este tipo de obras se presentan como una puerta idónea desde la que acceder al fenómeno neojaponista, no parecen, no obstante, llegar a abordarlo de manera concisa, es decir: se asume la relación del neojaponismo con el fenómeno japonista impulsor, pero no se proporciona una definición concreta de qué es, por qué surge, qué características posee y qué lo conecta y, sobre todo, lo diferencia del japonismo primigenio.

La creación de este libro vino motivada, precisamente, por ese vacío teórico que, consideramos, sigue dándose en torno a este fenómeno. Es sabido que existe un corpus bibliográfico sólido y amplio sobre el japonismo, respaldado por figuras de la talla de Michael Sullivan, Kōdera Tsukasa, Siegfried Wichmann, Ricard

Bru y Lionel Lambourne, entre otras. Sin embargo, no existen obras semejantes que, desde campos como el del arte y la estética, planteen un acercamiento en líneas similares al neojaponismo. El presente libro pretende contribuir a este incipiente campo de estudio, identificando el fenómeno neojaponista, situándolo cronológicamente y describiendo sus particularidades para tratar de identificar qué es el neojaponismo, pero también qué no es.

Resulta necesario advertir que, aunque en el primer capítulo, a la hora de dirigirnos hacia el neojaponismo, se tendrá en cuenta la fascinación por «lo japonés» acaecida durante el período del japonismo, en ningún caso se tratará a ambas fascinaciones (la decimonónica y la contemporánea) como fenómenos equivalentes en los que los códigos e imaginarios estéticos operan de manera idéntica. En la actualidad, cuando se alude al neojaponismo, lo que se hace es establecer un puente entre dos pedestales situados uno en la segunda mitad del siglo XIX y otro a finales del siglo XX. Por supuesto, es lícito transitar este puente. Puede resultar enriquecedor descontextualizar ciertos elementos decimonónicos y contemporáneos y enfrentarlos con el fin de nutrir el debate, la reflexión y tomar nuevas perspectivas sobre las relaciones entre Occidente y Japón. Sin embargo, creemos que para llevar a cabo un análisis conciso del neojaponismo deben tenerse en cuenta, sobre todo, aquellos aspectos que dicho puente pasa por alto. Es preciso no perder de vista que en el siglo que transcurre entre el japonismo originario y el neojaponismo se han sucedido guerras, auges económicos, ocupaciones, hibridaciones culturales y crisis de todo tipo. Japón ha cambiado a lo largo de este tiempo la percepción de sí mismo, de Occidente y de su relación con él, a pesar de que para Europa y Estados Unidos el archipiélago nipón aún siga representando, en ocasiones, una fuente de exotismo y de ensoñaciones utópicas y escapistas. Para no incurrir en un conocimiento sesgado en torno a la fascinación neojaponista experimentada por Occidente, este libro atenderá todos esos factores en ocasiones obviados por los análisis más generalistas.

Para llevar a cabo nuestro estudio, en el primer capítulo proponemos comenzar con un recorrido histórico, amplio, sobre la imagen de Japón en Occidente desde el Japonismo hasta la actualidad. El objetivo es tratar de situar la actual situación de japonofilia en la que hoy se asienta el gusto contemporáneo por «lo japonés». Tras explorar cómo desde ciertos sectores artísticos se empezó a referirse a aquella fascinación como una suerte de neojaponismo, abordaremos algunos de sus ámbitos: la estética manga, el coleccionismo y el *cosplay,* entre otros. El motivo es que todos estos ámbitos confluyen a la hora de generar un imaginario muy concreto sobre el Japón actual, que desemboca en el deseo del viaje, de exploración de aquel mundo idealizado, cuyas características, en numerosas ocasiones, son capturadas y aprehendidas por el propio Japón con el fin de fomentar el turismo y de hacer más atractivos ciertos aspectos de su cultura a ojos del extranjero.

El segundo capítulo traza un recorrido por algunos de los elementos que consideramos cruciales a la hora de comprender la conformación y auge de la cultura popular contemporánea de Japón, sobre cuyas bases se entretejió la fascinación neojaponista. En este contexto, tiene un papel determinante la contienda bélica en la Segunda Guerra Mundial, la derrota del país y la posterior ocupación de Estados Unidos, así como el auge económico que Japón experimentaría en las décadas posteriores a la posguerra. Es precisamente en el nuevo rumbo que Japón tomaría a partir de entonces, donde comienzan a aflorar algunos de los factores que, más tarde, ciertos intelectuales y artistas mencionarían como determinantes a la hora de abordar críticamente la cultura popular japonesa. Entre algunos de estos autores destacan Okada Toshio, Azuma Hiroki y Murakami Takashi, los cuales son tenidos en cuenta en el tercer capítulo, que toma como eje la figura del *otaku,* así como los elementos de la cultura popular con los que se le relaciona. En este capítulo se presentan algunas teorías de corte posmoderno como la del Edo *boom*. También la influencia de la cultura estadounidense en la conformación de la cultura popular

japonesa contemporánea, así como la consolidación de ciertas categorías estéticas como lo *kawaii,* serán fundamentales del gusto contemporáneo por «lo japonés».

El cuarto capítulo presenta un análisis de cómo, precisamente, esa fascinación por el Japón contemporáneo ha sido explotada por algunas campañas gubernamentales como la del *Cool Japan*. Es importante, así, diferenciar entre los discursos planteados desde el arte, la estética, la historia y la filosofía, aventurados en los capítulos dos y tres, y la aprehensión superficial, descontextualizada y simplificada de la realidad del Japón contemporáneo que se lleva a cabo mediante estos discursos de lo *cool*. Precisamente, respecto a dichos discursos Ōtsuka Eiji ha planteado una crítica contundente a la que hemos querido dar voz en este libro.

Debe tenerse en cuenta que la labor de acotar un campo tan amplio como el del neojaponismo no resulta sencilla. No existe un tratamiento previo del fenómeno que incida en sus características, usos y evolución. Tanto en la literatura occidental como en la japonesa, el término es extensamente utilizado con el objetivo de referir la fascinación que hoy existe en torno al Japón contemporáneo. Sin embargo, no queda claro qué es el neojaponismo. Esta inconcreción del fenómeno neojaponista ha ocasionado que pase a ser un concepto comodín en el que se alberga una gran cantidad de productos y aspectos culturales que se relacionan, en primera instancia, con el mundo del entretenimiento japonés (manga, anime, videojuegos…).

Este libro se plantea como uno de los primeros intentos de abordar al neojaponismo de manera concreta, buscando sobre todo desentrañar sus peculiaridades y aquellas derivas desde las que se conformó. Sin embargo, debe tenerse en cuenta algo que ya ha sido mencionado y que queda reflejado en la bibliografía que se incluirá en las últimas páginas de este libro: el fenómeno del japonismo decimonónico ha sido largamente investigado. Se ha creado un corpus bibliográfico amplio a lo largo de los años, sobre todo en el ámbito del arte, que ha facilitado enormemente su tratamiento

como imaginario estético. Esto no ocurre con el ámbito del neojaponismo, que, si bien es abundantemente citado, no ha llegado a generar una bibliografía concreta que lo aborde. Esto es lo que explica que las fuentes que hemos manejado a la hora de tratar este ámbito sean tan heterogéneas y pertenezcan a áreas del conocimiento tan diversas como la historia, el arte, la filosofía, la economía, la política y la estética.

Desde cada una de estas áreas se tratará de incidir en los puntos que ayuden a proponer un aparataje teórico que contribuya a asentar el ámbito de estudio sobre el neojaponismo. De este modo, si bien esta investigación no plantea una novedad en cuanto a la identificación del fenómeno (el término neojaponismo lleva siendo referido en artículos e investigaciones desde hace años), sí pretende contribuir a fundamentarlo y delinearlo. Algo que, consideramos, aún no ha sido llevado a cabo de manera apropiada. Esta vocación de sustrato o fundamentación obedece a una imposición investigadora más que a una decisión particular. Si el concepto neojaponismo es usado hoy, tanto en la literatura divulgativa como en la académica, se requiere de investigaciones, obras y artículos que reconozcan este ámbito y aporten información sobre el mismo, más allá de afirmar que se trata del mismo fenómeno del japonismo decimonónico acontecido un siglo después.

Así pues, este libro identifica algunos de los problemas de base que existen a la hora de acotar el fenómeno neojaponista. A pesar de eso, probablemente una conclusión clara, que circunscriba qué es el neojaponismo tan solo podrá ser sugerida. Ello se debe, sobre todo, a la dificultad que entraña manejar la gran cantidad de productos y ámbitos culturales que la investigación plantea y que deben de situarse en un relato coherente: *softpower,* arte contemporáneo, *nihonjiron,* utopizaciones japonistas, *Cool Japan,* estética manga… Sin embargo, lo que este libro sí hará es disponer los primeros pasos para organizar un espacio dentro de la estética, en relación a los estudios japoneses, que aborde el

neojaponismo como un ámbito concreto, un ámbito que, si bien comparte relaciones con el japonismo decimonónico, constituye un fenómeno diferenciado, con un bagaje complejo que debe tener en cuenta las derivas históricas del Japón de mediados del siglo XX hasta hoy.

# CAPÍTULO 1
# HACIA EL NEOJAPONISMO

Aquello que ha dado en denominarse neojaponismo es un fenómeno complejo, con un origen difícil de situar y con implicaciones diversas en campos como la pintura, el diseño, la moda y el mundo del entretenimiento, entre otros. El término se esgrime hoy en día para referirse a la ola de fascinación occidental que se da en torno a Japón y a los productos de su cultura popular contemporánea. Dicha fascinación es evidente y solo basta abrir alguna de las actuales plataformas digitales de teleseries y películas, asomar la cabeza a mercados boyantes como el del videojuego y el manga o entrar en alguna tienda de cómics y figuras para percatarse de que Japón, a pesar de la distancia geográfica y cultural, está inserto dentro de nuestra realidad cotidiana. Esta presencia y popularidad de «lo japonés» en Europa y América es palpable y, sin duda, su auge y consolidación merecen investigaciones que los aborden críticamente. Sin embargo, el concepto de neojaponismo es ciertamente problemático. El término ata de manera indefectible la fascinación contemporánea por el archipiélago nipón con aquella otra que surgió en el siglo XIX en Europa y que dio en denominarse japonismo. Así pues, en cierto modo, el concepto neojaponismo llama a describir el fenómeno actual como una continuación, como una versión 2.0 de aquello que aconteció hace más de un siglo. Esto puede traer consigo algunas complicaciones al dirigir, teñir o, si se prefiere, contaminar la mirada de aquel que preten-

de abordar el fenómeno que hoy está aconteciendo y cuyo origen podría datarse a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990. Sin embargo, ha sido este concepto el que se ha popularizado para hablar sobre esta nueva ola de interés por «lo japonés», tanto entre la literatura divulgativa como entre la académica, por lo que estamos abocados a utilizarlo hasta que se consolide uno nuevo y, quizá, más adecuado para nuestro presente.

Así pues, hablar de neojaponismo es aventurarse en terreno fangoso, en arenas movedizas con las que debemos ser precavidos para no caer en las comparativas facilonas y disponer argumentos ciertamente reduccionistas, como aquellos que por ejemplo conectan de manera descontextualizada la fascinación de la Europa decimonónica por el *ukiyo-e* con la fascinación actual por el manga. Es evidente que el Japón de entonces no era el mismo que el de hoy, al igual que tampoco lo es la manera en que Occidente se relaciona con Japón, ni el modo en que Japón sabe sacar provecho de dicha fascinación occidental. Para evidenciar de manera aún más visible las diferencias entre aquel Japón y este otro, este libro propone un relato sobre las derivas históricas e intelectuales que llevaron a ciertos cambios de paradigma social y cultural, convirtiendo a Japón y a los productos de su cultura popular en lo que hoy son.

A pesar de lo aquí advertido, no queremos despojar radicalmente al fenómeno contemporáneo de ciertas conexiones con el decimonónico. Al fin y al cabo, el objeto de estudio es el mismo: Japón y sus productos artísticos, decorativos y del mundo del entretenimiento; también lo es una suerte de utopización de aquel país asiático que se dio desde Occidente a través de dichos productos y artes. Así pues, si quisiésemos buscar un punto de confluencia, general y amplio, entre ambas realidades (la del Japón decimonónico y el actual) podría señalarse la ola de japonofilia en que se vieron inmersas. Precisamente, desde que Japón se abriese al mundo en la segunda mitad del siglo XIX, las relaciones con Occidente han estado enmarcadas entre la japonofilia y la japonofo-

bia.[1] Establecer un breve recorrido de cómo se han ido sucediendo estas diferentes formas de relacionarse con el archipiélago asiático desde Occidente puede ser un modo propicio de aproximarnos a eso que hoy ha dado en denominarse neojaponismo.

### 1.1. Del japonismo al neojaponismo: la nueva imagen de Japón a finales del siglo XX

La primera gran ola de fascinación por la estética y artes japonesas en Occidente se produjo en Europa durante la segunda mitad del siglo XIX y dio lugar al fenómeno del japonismo. Hasta entonces, Japón, durante el llamado período Edo (1600-1868), había permanecido más de dos siglos y medio relativamente aislado del mundo, con excepción del puerto de Nagasaki, el cual quedó abierto al intercambio comercial con China y Holanda.[2] Aquel período de autoaislamiento comenzaría su declive en 1854, con la llegada de una pequeña flota estadounidense comandada por el comodoro Matthew C. Perry, encargado de llevar al *shōgun* [caudillo militar] de Japón la exigencia (maquillada de petición formal) del gobierno norteamericano de que abriese sus puertos al comercio internacional. Japón, consciente de la superioridad técnica y armamentística del oponente, se vio en la obligación de aceptar las demandas estadounidenses. Esta aceptación del gobierno samurái generó un contexto de inestabilidad y agitación fomentado por

1 Cfr. Roland Kelts, *Japanamerica: how Japanese pop culture has invaded the U. S.,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2006, pp. 5-10.

2 Tras un período de intensas guerras civiles que asolaron el archipiélago durante su medievo, finalmente Tokugawa Ieyasu se convirtió en *shōgun* de Japón alrededor de 1600, logrando con ello que las pretensiones de los anteriores caudillos militares, Oda Nobunaga (1534-1582) y Toyotomi Hideyoshi (1537-1598), se hicieran realidad: un Japón unificado bajo un único gobierno que, entre otras cosas, lograse el cese de las guerras internas y se extendiese en el tiempo. Para alcanzar la ansiada estabilidad, el clan Tokugawa tomó medidas radicales como la prohibición y expulsión del cristianismo en 1614, y la implantación de la política *Sakoku* [país en cadenas] en 1639. Mediante esta última, Japón cerró sus fronteras al mundo.

aquellos que no querían plegarse a las órdenes extranjeras; lo que, finalmente, acabó con el derrocamiento del *shōgun* y el supuesto restablecimiento del poder del emperador al mando de la nación. Con ello dio así por finalizado el período Edo (1600-1868) y comenzó el período Meiji (1868-1912), el cual estuvo marcado por el proceso de modernización radical en el que Japón se embarcó a todos los niveles.[3]

Así pues, con la apertura de las fronteras al exterior, una ola de influencia occidental penetró en el país impregnando todas las áreas de la cotidianidad de los japoneses, pero el camino de los intercambios culturales fue recíproco y, con aquella apertura a Occidente, abalorios, porcelanas, ropajes, estampas y demás productos nipones empezaron a llegar también a Europa. En torno a aquellas artes y objetos se conformó el japonismo, reflejo del entusiasmo y fervor con el que artistas, escritores, diseñadores y coleccionistas abrazaron la nueva y exótica estética proveniente del lejano archipiélago japonés.

Las ansias de renovación estética, a las que el recién redescubierto Japón respondería a la perfección, fueron reflejadas por figuras como el escritor Émile Zola, quien llegó a afirmar que Japón era lo que Europa necesitaba para librarse de su lúgubre tradición.[4] Otros como Edmond y Jules de Goncourt se pronunciaron siguiendo una línea similar, sentenciando que si bien nuestra tradición se asentaba en la Grecia clásica y en su *réalisme du beau,* en esta belleza «no había sueño, ni fantasía, ni misterio, ni siquiera ese grano de opio, tan ascendente, tan alucinante y tan curiosa-

3 La modernización del país fue vista en aquellos años como un requisito para sobrevivir como nación independiente en el tablero del reparto colonial asiático. Japón, consciente del destino que las naciones de su alrededor habían sufrido a manos de las potencias europeas, decidió iniciar un proceso de autooccidentalización con el fin de presentarse ante aquellas potencias como un igual al que respetar y no un territorio más que anexionarse.

4 Cfr. Siegfried Wichmann, *Japonisme: The Japanese influence on Western art since 1858,* Londres, Thames & Hudson, 1999, p. 24.

mente enigmático para el cerebro del espectador» que contemplaba el arte japonés.[5]

Señalar a un único descubridor de aquella nueva ola de interés por «lo japonés» sería casi imposible debido, en parte, a que fueron numerosos los artistas y coleccionistas que se adjudicaron el papel protagonista de la introducción del nuevo fenómeno que empezaba a germinar.[6] A la hora de identificar quién fue el que consolidó el término japonismo, la búsqueda de un referente único se torna igualmente difusa: mientras había quienes defendían el protagonismo de poetas como Baudelaire, otros atribuyen el término, creado para describir el creciente interés por lo nipón, al citado Émile Zola.[7] Reputados intelectuales entran en el grupo de los posibles instauradores del concepto, pero, comúnmente, en la mayoría de las obras especializadas, el papel de acuñador del mismo se lo disputan dos figuras en particular: el novelista y dramaturgo Jules Claretie, en su texto *L'Art Francais en 1872. Revue du Salon* y el crítico de arte Philippe Burty, en una serie de artículos publicados en la revista *La Renaissance Littéraire* también en 1872.[8] Sin embargo, tal y como defiende Gabriel P. Weisberg, si aceptamos la versión que coloca a Burty y Claretie como los creadores o, al menos, principales difusores del término, no debe desatenderse el hecho de que el japonismo, como fenómeno, habría aparecido varios años antes de ser cercado bajo una denominación y que aquel

5 Edmond de Goncourt y Jules de Goncourt, *Journal des Goncourt. Mémoires de la vie littéraire,* 10 (1891), pp. 4-71, p. 4.

6 En este contexto suele mencionarse, entre otras, la figura de Félix Bracquemond, quien afirmó que su interés por la estampa *ukiyo-e* surgió al contemplar un ejemplar de la colección *Manga* del pintor Katsushika Hokusai, que envolvía a una serie de porcelanas llegadas desde Japón a la tienda del grabador Delâtre en 1856.

7 Cfr. Eva Fernández del Campo, «Las fuentes y lugares del Japonismo», *Anales de Historia del Arte,* 11 (2001), pp. 343-344.

8 Cfr. Gabriel P. Weisberg, «The creation of Japanisme», en Gabriel P. Weisberg, Edwin Becker y Evelyne Possémé (eds.), *The Origins of L'Art Nouveau: The Bing Empire,* Ámsterdam, Van Gogh Museum, 2004, pp. 53-54.

«previously unnamed fad would become a influence in all areas of the arts over the next several decades».[9]

En su texto, Weisberg utiliza el término moda *[fad]*. Atender a ello no es insustancial; si se esgrime puede hablarse del japonismo como un fenómeno que, simplemente, irrumpió con fuerza en Occidente y que, pasadas unas décadas, desapareció dando paso a la siguiente moda (en la cual, por supuesto, dejaría su impronta). Si se deposita el foco de atención de su amplia influencia en el contexto artístico (sobre todo en el pictórico), cabe hablar de japonismo como estilo, enmarcado este en una serie de caracterizaciones estéticas muy particulares que se tornaron recurrentes en las obras de artistas como Monet, Van Gogh y Whistler, entre otros. De igual modo, atender a las numerosas transacciones que se llevaron a cabo entre las tiendas especializadas europeas y japonesas, así como a las adquisiciones de ciertos coleccionistas, permite un tratamiento del japonismo como objeto de consumo. Estas y otras interpretaciones son derivadas de un fenómeno que no puede alcanzar a comprenderse en su totalidad si se secciona cualquiera de ellas. Todas estas dimensiones o ámbitos del japonismo como estilo (en el contexto artístico), moda-decorativa (en el contexto social) y objeto de consumo (en el comercial) confluyen y pueden ser agrupadas bajo una misma categoría: la del japonismo como imaginario estético, es decir, japonismo como precursor de la particular representación que Occidente forjó de Japón a través de los ámbitos citados. A estos habría de añadírsele una cuarta dimensión: japonismo como aventura, ligado a la información proveniente de la literatura de viajes de aquellos escritores occidentales que como Piere Loti, Rudyard Kipling o Lafcadio Hearn pisaron suelo japonés durante los convulsos años de la Restauración Meiji. En estos diarios se recogía un conglomerado de fascinación, interpretación orientalista y repudio de la

9 *Ibid.*, p. 54.

modernización, frente al Japón que proyectaban imágenes como las de las estampas *ukiyo-e*.

La definición propuesta del japonismo como imaginario estético a partir de estos ámbitos asume que la imagen que Occidente conformó del Japón de mediados del XIX no correspondía con la del Japón real, en pleno proceso de modernización en aquellos años.[10] Es decir, era una «invención», un conjunto de idealizaciones construidas con base en unos productos concretos que ayudaron a paliar las exigencias renovadoras que ámbitos como el del arte demandaban.[11] Los objetos del japonismo, aquellas porcelanas, abanicos, kimonos, etc., así como las imágenes reflejadas en el *ukiyo-e,* permitían acercarse y, hasta cierto punto, formar parte, artísticamente, de aquel mundo anhelado. Imágenes plasmadas por pintores como James McNeill Whistler en *Capricho en púrpura y oro: la pantalla de oro,* Monet en *La japonesa* y William Merritt Chase en *El kimono* (fig. 1), entre otros, dejaron entrever el halo de exotismo con que estos productos fueron interpretados. Si bien la vestimenta era la típica y la estampa *ukiyo-e* era presentada como objeto de entretenimiento, colocar a una mujer occidental en aquel contexto evidenciaba el deseo por habitar aquel imaginario que comenzaba a gestarse. Un imaginario en el que la belleza, no de *le réalisme* sino de lo fantástico, era posible.

Cabe hacer un breve apunte sobre la obra de Monet en particular. El cuadro de *La japonesa* está exento de la sobriedad mostrada por imágenes como la de Whistler o Merritt Chase, por

10 Ha de recordarse que aquel imaginario que se conformó desde el Japonismo estuvo configurado por las ensoñaciones idílicas de un Japón premoderno, rústico y natural y libre de toda influencia occidental. Un Japón en la línea del Tahití de Gauguin y de aquellos otros parajes «salvajes», que sirvieron como contrapunto del mundo civilizado en la imaginación de los artistas y escritores de la época.

11 Consideramos que, a la hora de abordar este tipo de imaginarios estéticos, el eje del análisis no debe centrarse tanto en su verdad o falsedad con respecto a la realidad que trastoca, sino en si son o no operativos, por qué operan y cómo se conformaron. Esta al menos será nuestra postura a la hora de abordar el neojaponismo.

ejemplo. Al deseo de habitar aquel imaginario delicado, sosegado y elegante de los otros dos cuadros, el francés añade el componente de juego, de divertimento. Banaliza, en cierto modo, la solemne simbiosis llevada a cabo al introducir a la mujer occidental en un ambiente estrictamente japonés, mostrando a su esposa, Camille, visiblemente disfrazada para la ocasión. «Lo japonés», reflejado de esta manera tan pueril, desvela entonces todo su sentido de artículo de colección, de objeto de consumo, de decoración, de *souvenir:* abanicos colgados de las paredes, incluso desperdigados por el suelo, un kimono cuya talla ni siquiera corresponde con la modelo que lo porta y una peluca que demuestra que aquella sesión apunta más bien a un intento por lograr un resultado estrafalario y llamativo. El resultado no es otro que el de una francesa decorada con los objetos del japonismo, una europea jugando con «lo japonés». En este sentido, no resulta sorprendente que Susan Napier tuviese en cuenta este cuadro en su análisis sobre el *cosplay*.[12]

Existirían, así, distinto grados de acercamiento e inmersión en aquella utopía japonesa. Probablemente, el caso de Van Gogh sea uno de los más significativos a la hora de reflexionar sobre ese deseo desmedido por «lo japonés». Durante su estancia en Arlés, dos años antes de su muerte, Van Gogh fue un paso más allá en ese intento de aproximación a su utopía nipona retratándose a sí mismo como uno de los habitantes de aquel mundo de fantasía, de aquel *pays féerique,* como lo describiesen los hermanos De Goncourt.[13] Así pues, en referencia a su cuadro *Autorretrato dedicado a Paul Gauguin* (fig. 2), Van Gogh explicó a su hermano:

12 Napier funda su conexión a través del diálogo que Monet establece entre el acto de disfrazarse *[costume]* y el motor que lleva a cabo la consecución del acto: el juego *[play],* entendido en este caso como acto de suplantación o inmersión. Cfr. Susan J. Napier, *From Impressionism to Anime. Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2007, pp. 22-25.

13 Cfr. Edmond de Goncourt y Jules de Goncourt, *Manette Salomon,* París, Charpentier, 1876, pp. 188-189.

*Fig. 1. James McNeill Whistler,* Capricho en púrpura y oro: la pantalla de oro, *1864; Claude Monet,* La japonesa, *1876, y William Merritt Chase,* El kimono, *1895. Fuente: Museo de Bellas Artes de Boston, Freer Gallery of Art y Museo Nacional Thyssen-Bornemisza*

> Le he escrito a Gauguin, en respuesta a su carta, que si me estaba permitido, también a mí, engrandecer mi personalidad en un retrato, al tiempo que intentaba plasmar en mi retrato no solo a mí, sino a un impresionista, en general, había concebido este retrato como el de un simple bonzo, adorador del Buda eterno […]. La cabeza está modelada en plena pasta clara, contra el fondo claro, casi sin sombras. Únicamente he sesgado *un poco* los ojos, a la japonesa.[14]

14 Vincent van Gogh, *Las cartas. Volumen 2.* (A Theo van Gogh, 4 o 5 de octubre de 1888 - 545F), trad. de Marta Sánchez-Eguíbar, Madrid, Akal, 2007, pp. 1265-1266.

El deseo de habitar el imaginario creado, en el caso de Van Gogh, supera en grado y forma a *La japonesa* de Monet. Se dejan atrás las prácticas del juego y entretenimiento adheridas al ejercicio *cosplay* de Cámille para radicalizar aún más la relación con Japón: ya no se trata de vestir a lo japonés, sino de ser japonés, parecerlo de un modo orgánico y verídico a través del trastoque de los rasgos faciales. De este modo, los experimentos con el color, así como los trazos, llevaron a Van Gogh a hacer autorretratos cuyo resultado se alejaba del modelo original. *Autorretrato dedicado a Paul Gauguin* resulta sintomático a este respecto, en tanto que el holandés modeló sus rasgos para orientalizarlos, para dejar atrás su peculiaridad occidental y abrazar, ya no solo de manera simbólica, sino también física, aquella anhelada influencia oriental. No se trata, entonces, tan solo de otro autorretrato, de otro experimento más en el uso del color y la luz utilizándose a sí mismo como modelo. *Autorretrato dedicado a Paul Gauguin* nació en el contexto de un Arlés sobre el que el propio Van Gogh dijo que le recordaba a Japón (a pesar de no haber estado nunca allí); un entorno, pues, que incentivaba el deseo de habitar la utopía. «Siempre pienso *que aquí estoy en Japón*. Y que, consecuentemente, no tengo más que abrir los ojos y pintar lo que tengo ante mí y que me produce ese efecto», escribió en aquel mismo año a su hermana Willemien.[15] Como esta era una utopía artística, un imaginario estético que el holandés construyó a través de las artes y productos del japonismo, la manera idónea de habitarlo era a través de la pintura.

Cuando Van Gogh envió su cuadro a Gauguin le remitió una carta en la que explicaba que había buscado, exagerando su personalidad, asimilarse «al carácter de un simple bonzo, adorador del Buda eterno».[16] Van Gogh, además, explicó a su amigo la dificultad

15 Van Gogh, *Las cartas. Volumen 2.* (A Willemien van Gogh, 8 de agosto de 1888 - W2F), p. 1226.

16 Van Gogh, *Las cartas. Volumen 2.* (A Paul Gauguin, 3 de octubre de 1888 - 553aF), p. 1264.

*Fig. 2. Van Gogh,* Autorretrato dedicado a Paul Gauguin, *1888. Fuente: Fogg Museum*

que le había supuesto aquel proyecto y la necesidad de repetirlo. Además, introducía con ello, nuevamente, uno de los temas clave en la creación de su utopía japonesa, que también estaría presente de forma taxativa en la obra del propio Gauguin, así como en las vanguardias que los sucederían pasadas unas décadas:

> Me costó bastantes problemas, pero tendré que hacerlo todo de nuevo si quiero poder expresarlo. Incluso tendré que curarme más del embrutecimiento convencional de nuestro llamado estado civilizado para tener un mejor modelo para una mejor imagen.[17]

17 *Ibid.*

Esa necesidad de curarse del embrutecimiento de su estado civilizado que Van Gogh expresa resulta sintomática de su tiempo. El pintor le explica a su amigo que debe hacerlo si quiere obtener un mejor modelo para su pintura. Como autorretrato que es, el propio Van Gogh debe deshacerse de ese llamado «estado civilizado» que lo caracteriza a él, a Gauguin y, en definitiva, a todos aquellos que habitan aquella parte del planeta. Debe acudir al otro polo de lo civilizado, el cual no puede ser otro que lo primitivo (en un sentido romantizado, en el caso de Van Gogh). Este elemento de lo primitivo ha sido uno de los temas centrales de las utopías artísticas imaginadas desde el siglo XVIII hasta nuestros días. Pero ¿permitía el Japón de aquel entonces una categorización tal? ¿Era el Japón que estaba surgiendo de la modernización iniciada con el período Meiji aquel paraje natural, inmaculado y salvaje? Precisamente, las transformaciones en el país, derivadas del proceso modernizador, acarrearían que aquella primera ola de japonofilia experimentada por Europa durante la segunda mitad del siglo XIX empezara a tornarse en lo opuesto a finales del siglo XIX y comienzos del XX.

Como se ha introducido, la apertura forzosa de sus puertos en 1854 llevó a Japón a replantearse su posición en un mundo regido por las reglas del reparto colonial. El hecho en sí puso de manifiesto la toma de conciencia por parte del gobierno del contexto geográfico y social en el que Japón estaba inmerso. Las denominadas guerras del Opio en los años 1839 y 1842 y las subsiguientes revueltas que las acompañarían, y que mermarían poco a poco a China, el padre cultural de aquella región del mundo durante siglos, fueron algunos de los ejemplos que advirtieron a Japón sobre su inferioridad técnica y armamentística frente a Europa y Estados Unidos. Así pues, desde el Gobierno Meiji se aceptó la necesidad de buscar otras vías, más allá de la defensa armada, que llevasen a evitar una posible invasión colonial del país. Es importante recordar sobre qué tipo de discursos se sustentaban dichas invasiones para entender los derroteros políticos y económicos que el Japón Meiji tomaría en aquel entonces.

Según han defendido algunos autores, la justificación que la fe otorgó a la Iglesia para realizar sus labores misioneras guarda similitudes con aquella que la Razón otorgó a las potencias occidentales para llevar a cabo sus actividades coloniales a partir del siglo XVIII.[18] De esta forma, bajo los discursos de la Ilustración, el anterior esquema que dividía el mundo entre cristianos y paganos quedó estructurado en territorios civilizados y territorios salvajes. Como en el pasado, Occidente justificó su intromisión en tierras extranjeras alegando llevar la buena nueva, esta vez de la Ilustración, a dichos territorios. En ayudarles, en definitiva, a superar su minoría de edad para alcanzar el estadio de lo civilizado, como reclamó De Condorcet a este respecto en pleno período ilustrado:

> Aquellos vastos países le ofrecerán [a los europeos], de un lado, numerosos pueblos, que solo parecen esperar instrucciones para civilizarse, y encontrar hermanos en los europeos para convertirse en amigos y en discípulos suyos; de otro, naciones sometidas a unos déspotas sagrados o a unos conquistadores estúpidos, y que, desde hace tantos siglos, reclaman unos liberadores.[19]

Así pues, con el fin de evitar el proceso colonialista, Japón optó por abrazar el objeto que movía o justificaba aquel reparto colonial, la civilización. De este modo, a diferencia del resto de naciones no-occidentales, la civilización, entendida bajo los códigos europeos, no fue impuesta por un agente foráneo, sino que fue autoimpuesta por el propio gobierno japonés. Alcanzar el estadio de país civilizado y entrar cuanto antes a formar parte de la comunidad internacional (la cual durante aquellos años estaba regida únicamente por las potencias occidentales) se presentaron como requisitos básicos para la independencia del Japón de aquellos años.

---

18 Cfr. Juan Ramón Goberna Falque, *Civilización: historia de una idea,* Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1999, p. 45.

19 Nicolás de Condorcet, *Bosquejo de un cuadro histórico de los progresos del espíritu humano,* trad. de Marcial Suárez, Madrid, Editorial Nacional, 1980, pp. 228-229.

Cabe incidir, entonces, en que el país no actuó de manera pasiva en cuanto a la recepción y amolde de unos códigos impuestos desde el extranjero. Al contrario: las múltiples ayudas del gobierno a estudiantes e intelectuales de la época, con el fin de enviarlos a Europa y América a formarse, dieron cuenta del interés del propio Japón por salir a buscar y comprender, de manera activa, dichos códigos. El objetivo era el de asumirlos de la forma más eficaz y rápida posible.[20] El propósito era diluir a la mayor velocidad esas barreras entre las potencias occidentales y Japón. Así, desde las fórmulas más complejas, como la traducción de cosmovisiones de tipo político o filosófico, inexistentes hasta la fecha en Japón, hasta las más pueriles, como la moda o la decoración, trataron de ser asumidas. Japón se convirtió, sobre todo durante las primeras décadas del período Meiji, en un caldo de cultivo en el que todo lo occidental fue tomado como positivo, símbolo de avance y progreso, mientras que lo tradicional empezó a asumirse como evidencia de atraso cultural. Una vez pasaron aquellas primeras décadas de fervor desmedido por lo occidental, ciertos intelectuales empezaron a demandar y a reivindicar la cultura, patrimonio y tradición frente a la presencia extranjera, derivando poco a poco en un ascenso del sentimiento nacionalista que iría acrecentándose con los años.[21] Sin embargo, cabe incidir en el hecho de que Japón llevaría a cabo aquella recuperación y revalorización de su propia cultura (desprestigiada por algunas esferas políticas en los primeros años

20 En este contexto, merecen especial mención intelectuales como Fukuzawa Yukichi y Nishi Amane, entre muchos otros, que, tras su paso por Occidente, se encargaron de contribuir a ese proceso de traducción o, si se prefiere, de trasplante cultural de las cosmovisiones europeas a Japón.

21 Esta tendencia, que se potenciaría en los períodos Taishō (1912-1926) y Shōwa (1926-1989), respondió a un complejo proceso de radicalización en el cual aquellos discursos sobre la defensa de la independencia e identidad nacional frente a la influencia extranjera, ya enarbolados en su día por autores como Fukuzawa Yukichi y Okakura Kakuzō, fueron aprehendidos, reinterpretados y puestos al servicio de la maquinaria del Imperio.

de Meiji) ya subido en el tren de la modernización. Es decir, ya desde su posición como un país en el que ciertos códigos, sistemas culturales e infraestructuras occidentales habían sido integrados. Entre dichas infraestructuras, modernizadas, estuvo la del ejército y, entre los sistemas teóricos asumidos, la idea de entrar a formar parte de ese reparto colonial en el que estaban inmersas las principales potencias. También Japón haría suya aquella máxima de llevar la buena nueva a otras naciones más atrasadas, máxima a la que, además, sumaría la idea romantizada de liberación de Asia del yugo occidental. Es así como puede aventurarse el comienzo de un período de japonofobia, que, en aquellos años, sería inscrito dentro de los discursos más amplios sobre el tema del peligro amarillo.[22]

Así pues, aquella imagen utópica que los occidentales construyeron en torno a Japón en el siglo XIX fue dejando paso a otra que representó al archipiélago asiático como una amenaza, como un imperio beligerante que poco a poco empezó a imponerse militarmente a las potencias europeas y a anexionarse ciertos territorios en Asia. Japón ya había dado indicios de su proyecto colonial con ejemplos como la imposición del Tratado de Ganghwa a Corea, en 1876, y la primera guerra sino-japonesa acaecida entre 1894 y 1895, la cual enfrentó a la decadente dinastía Qing con el ejército imperial japonés y que culminó con la victoria nipona. Sin embargo, a ojos del mundo occidental la más influyente de sus incursiones bélicas fue la que lo enfrentó contra Rusia en 1905 y que terminó con la derrota del imperio del zar. Aquella victoria sentó un hecho sin precedentes en el cual una nación no-occidental derrotó a una potencia europea. En este sentido, es importante tener en cuenta que al comienzo de esta escalada de tensiones internacionales que

22 Para una introducción al imaginario en torno al peligro amarillo surgido en Occidente desde finales del siglo XIX, véase John Kuo y Dylan Yeats, *Yellow peril an archive of anti-asian fear,* Londres, Verso, 2014, pp. 1-33.

marcaron los primeros pasos de la expansión imperial nipona, la imposición de Japón sobre el resto de potencias coloniales (todas occidentales) fue aplaudida en buena parte de Asia. Los elogios llegaron sobre todo desde los territorios que en aquellos años se encontraban colonizados por alguna otra nación occidental, como era el caso de India. Un ejemplo fue el del escritor Rabindranath Tagore. A pesar de que Tagore se desencantaría con el rumbo extremista tomado por Japón en los años siguientes, así como del uso nacionalista que el archipiélago empezaría a hacer de las teorías panasianistas, en un inicio, el escritor indio fue un ferviente defensor de los planteamientos elaborados por la visión romántica de una Asia unida.[23] Así pues, la victoria en 1905 de una nación asiática sobre una europea lo conmovió hasta tal punto que dedicó unos versos al archipiélago nipón. En ellos el poeta pidió a la India que aprendiera del ejemplo japonés:

> Wearing saffron robes, the Masters of religion *(dharma)*
> Went to your country to teach.
> Today we come to your door as disciples,
> To learn the teaching of action *(karma)*.[24]

Otras personalidades que resultarían cruciales en la lucha por la independencia de la India, como Gandhi, también expresaron su admiración. En 1905 escribió: «So far and wide have the roots of Japanese victory spread that we cannot now visualize all the fruit it will put forth. The people of the East seem to be waking

23 Tanto Tagore como el esteta japonés Okakura Kakuzō intentaron configurar una base cultural compartida para toda Asia, enfatizando las influencias artísticas y religiosas que recorrieron el continente. De su estancia en la India, Okakura obtuvo la inspiración para escribir su influyente obra *Los ideales de Oriente.* Cfr. Rustom Bharucha, *Another Asia: Rabindranath Tagore and Okakura Tenshin,* Nueva Delhi, Oxford University Press, 2006, pp. 16-33.

24 Poema citado en Stephen N. Hay, *Asian Ideas of East and West: Tagore and his Critics in Japan, China and India,* Cambridge, Harvard University Press, 1970, p. 43.

up from their lethargy».[25] La sensación de que Asia comenzaba a despertar fue ampliamente compartida en aquellos años en los que la joven nación nipona empezaba a hacer gala de sus logros armamentísticos y modernizadores. Incluso Sun Yat-sen, quien se convertiría en el primer presidente de la República de China, en 1912, tras la derrota de Rusia afirmó que Japón había infundido una nueva esperanza a los pueblos de Asia, «[la de] de zafarse del yugo de la restricción y el dominio europeos y recuperar la posición que les corresponde por derecho propio en Asia».[26] Irónicamente, a pesar de sus alabanzas, China se convertiría en una de las naciones más golpeadas en los años sucesivos por las ansias coloniales niponas en la segunda guerra sino-japonesa (1936-1945), en la cual el ejército japonés perpetró actos tan atroces como la masacre de Nanjing en 1937.

Si bien al principio algunas potencias occidentales se aliaron para limitar la expansión del imperio nipón con el fin de proteger sus intereses coloniales, conforme avanzó el siglo xx el dominio japonés en el este de Asia fue haciéndose cada vez más contundente.[27] Esta escalada de beligerancia llegó a su fin con el bombardeo atómico de Hiroshima y Nagasaki en 1945 a manos de Estados Unidos. Para entonces Japón había dejado de ser el paraíso imagi-

25 Mohandas Gandhi, *Collected Works of Mahatma Gandhi: Volumes 4*. En línea: <https://www.gandhiashramsevagram.org/gandhi-literature/collected-works-of-mahatma-gandhi-volume-1-to-98.php>. [Consultado: 15/07/2018].

26 Sun Yat-sen, citado en Pankaj Mishra, *De las ruinas de los imperios. La rebelión contra Occidente y la metamorfosis de Asia,* trad. de Alejandro Pradera, Madrid, Galaxia Gutenberg, 2019, p. 28. Sun Yat-sen es reconocido hoy día tanto en la República Popular China como por la República China (Taiwán) como el padre de la China moderna. Como Sun Yat-sen, muchas otras personalidades relevantes de la época como Phan Boi Chau, Atatürk o Nehru, entre otros, aplaudieron la victoria japonesa.

27 Cfr. Tadokoro Masayuki, «What did Japan fail to become the "Britain" of Asia?», en John Steinberg, Bruce Menning, David Schimmelpenninck, David Wolff y Yokote (eds.), *The Russo-Japanese War in Global Perspective: World War Zero. Vol. 2,* Leiden, Brill Academic Publishers, 2006, p. 304.

nado por coleccionistas, escritores, artistas y viajeros occidentales para convertirse en el llamado peligro amarillo, al que Occidente empezó a mirar con desconfianza desde finales del siglo XIX y a temer y odiar a lo largo de la primera mitad del siglo XX.[28]

Con el paso del tiempo, la japonofobia que en el siglo XX marcó la relación entre Japón y las naciones occidentales (y también asiáticas) empezó a dejar paso progresivamente a una nueva japonofilia por parte de Occidente, surgida tras una ardua y compleja ocupación del país por las fuerzas estadounidenses. Como han analizado investigadores como Florentino Rodao, a pesar de las dificultades, desajustes y contradicciones que se produjeron en ocasiones, el proceso de la ocupación fue un éxito a grandes rasgos en lo que a reformas democráticas y revitalización económica se refirió. Como se matizará páginas más adelante, estas sendas del crecimiento económico y de la recuperación de una imagen internacional amable y favorable corrieron en paralelo. En aquella senda hubo citas cruciales como la de los Juegos Olímpicos de Tokio de 1964, donde el país dio muestras de su músculo económico y social a la vez que empezó a potenciar una imagen hospitalaria y pacifista. Según Rodao señala:

> Los resultados fueron satisfactorios. Los periodistas internacionales y la opinión pública cambiaron definitivamente el foco de sus miradas. Si hasta entonces Japón les había interesado por el Acuerdo de Seguridad y la guerra de Corea, durante los Juegos las noticias se centraron en la hospitalidad [...]. La percepción de Japón cambió hacia la de una

28 La segunda mitad del siglo XIX fue un período de consagración de las teorías que trataron de respaldar la superioridad de la raza blanca sobre las otras cuatro que se establecieron: amarilla, mestiza, negra y cobriza. A los japoneses se les asignó en aquellos años el color de piel amarillo, a pesar de que los primeros testimonios de los portugueses y españoles que llegaron a Japón en los siglos XVI y XVII habían enfatizado la similitud de su tono de piel con la de los europeos. Cfr. Jaime Romero, «Antes de la distopía nuclear: génesis y representación de la distopía amarilla», *Distopía y Sociedad: Revista de Estudios Culturales,* 1 (2021), p. 130.

> nación pacífica con una industria en rápido desarrollo y una economía pujante sobre todo en tecnología, y que respetaba su cultura.[29]

El milagro económico japonés, como se conoció a la increíble recuperación económica que llevó al país al segundo puesto en el *ranking* de las economías mundiales, terminó con el estallido de la burbuja económica en 1989. Con ello, a finales del siglo xx Japón se sumió en una profunda recesión económica. Es precisamente en este momento, a las puertas de la década de 1990, cuando la cultura popular japonesa empezó a ganar un peso internacional incuestionable a través de sus industrias del videojuego, animación y manga, pero también mediante su moda, música y gastronomía. Esta renovada presencia internacional ayudó a situar al archipiélago en el contexto de japonofilia internacional en el que hoy se encuentra. De este modo, nuevamente «lo japonés» se puso de moda en Occidente. En un inicio, aquella popularidad creciente llegó a coger desprevenidos al Gobierno e incluso a ciertas empresas del sector dedicadas al entretenimiento. A pesar de eso, el Gobierno rápidamente trató de copar la totalidad del nuevo fenómeno mediante el desarrollo de una marca particular: *Cool Japan*. Es en este contexto en el que se desarrolló la idea del neojaponismo, que retroalimentó a la ola de japonofilia construida desde los productos de la cultura popular nipona y que presentó algunas diferencias importantes respecto al gusto japonista decimonónico. Como ha expuesto Ana Trujillo sobre este nuevo contexto:

> La moda por lo japonés está regresando a Estados Unidos y Europa, pero en esta nueva ola, lo japonés ya no acepta su papel pasivo como quizá lo fue en la moda del Japonismo, sino que reivindica un papel activo que le permite devorar todo aquello que quiera de la cultura occidental, incluso iconos como Mickey Mouse.[30]

---

29 Florentino Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* Barcelona, Crítica, 2019, p. 84.

30 Ana Trujillo, *La identidad como estrategia en la obra de Murakami Takashi. Un discurso de ida y vuelta,* tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense, 2016, p. 276.

La referencia de Trujillo apunta a dos factores importantes: por un lado, al hecho de que, en esta nueva ola, lo japonés «ya no acepta un papel pasivo» en sus relaciones con Occidente y, por otro, al protagonismo que ejercería en el mercado internacional, el cual lo llevaría a «devorar todo aquello que quisiera de la cultura occidental». Respecto a lo primero cabe matizar que, aunque en el siglo XIX Japón no tuvo un papel totalmente pasivo a la hora de enfrentar las demandas japonistas de Occidente,[31] la presencia del gobierno y su influencia entonces no fueron tan significativas como la implicación que tuvo a la hora de dirigir, exportar y sobre todo «envolverse» con el nuevo gusto japonista surgido a finales del siglo XX. En cuanto al segundo factor señalado por Trujillo, en efecto, ciertos artistas descubrieron de primera mano los mecanismos por los cuales se regía el mundo del arte occidental y su cuantioso mercado. Esta comprensión de los engranajes del mundo artístico llegó tras décadas de relación con Estados Unidos, el nuevo foco del arte contemporáneo internacional tras la Segunda Guerra Mundial. Así pues, estos artistas japoneses, entre los que destacó Murakami Takashi, apropiándose del discurso sobre la convergencia entre arte y consumo propio del *pop art* y haciendo suya la estética de la reverenciada cultura popular japonesa, se dispusieron a «devorar» Occidente. Precisamente, la mención de la propia Ana Trujillo sobre el caso de Mickey Mouse sin duda señala directamente al propio Murakami. Como Murakami ha expuesto en numerosas ocasiones, Mr. Dob, su personaje estrella, representado en gran parte de su producción artística, parte de una reinterpretación irónica de Mickey Mouse, símbolo del mundo del entretenimiento estadounidense (fig. 3). Según ha explicado Murakami, Mr. Dob fue obtenido a partir del icono americano, al cual incorporó características de algunos de

31 Cfr. Satō Dōshin, *Modern Japanese Art and the Meiji State: The Politics of Beauty*, trad. de Hiroshi Nara, Los Ángeles, Getty Research Institute, 2011, pp. 113-115.

*Fig. 3. Murakami Takashi,* Mr. DOB (blue).
*Fuente: MoMA. ©2019 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd.*
*Todos los derechos reservados*

los protagonistas de la subcultura nipona como Doraemon, Sonic y Hello Kitty.[32]

Esta simbiosis entre la cultura occidental, representada por Estados Unidos, y la japonesa se alzará como un factor crucial a la hora de reflexionar sobre ciertos aspectos del neojaponismo. Al fin y al cabo, el Japón de la posguerra fue reconstruido y redirigido por los esfuerzos norteamericanos, por lo que una separación entre lo propiamente japonés y lo foráneo resultará en ocasiones

32 Cfr. Keith Estiler, «'Mr. DOB': Takashi Murakami's Most Famous Character Explained», *Hyperbeats,* 10/04/2019. En línea: <https://hypebeast.com/2019/4/takashi-murakami-mr-dob-character-history>. [Consultado: 25/07/2018].

imposible. Esta singular situación de la cultura japonesa se presentaría acorde con una época en la que ciertos conceptos como los de hibridación y globalización empezaban a consolidarse. No obstante, como se tratará páginas más adelante, esta peculiar característica híbrida del Japón contemporáneo que dio lugar a una cultura popular igualmente híbrida no sería impedimento para que aflorasen nuevas formas de esencialismos de corte nacionalista, prácticas que resaltaron la imagen singular, excepcional y *cool* de la cultura japonesa y que el gobierno japonés comenzó a potenciar activamente desde el año 2006.

Antes de incidir de manera pormenorizada en las derivas del auge económico y en el entramado social y cultural que dio lugar a la aparición del fenómeno del neojaponismo, cabe establecer el entorno en el que dicha denominación apareció. Así pues, puede afirmarse que ciertos museos y galerías occidentales tuvieron un papel fundamental a la hora de consolidar la idea de un nuevo japonismo. De este modo, en 2002, se celebró en Kraichtal, Alemania, la exposición *The Japanese Experience. Inevitable,* la cual recogió los trabajos de algunos artistas nipones como Takano Aya, Nara Yoshimoto, Mr., Kuwahara Masahiko y Murakami Takashi, entre otros. La exposición se sumó así a las numerosas exhibiciones que a principios del siglo XXI empezaron a organizarse en Estados Unidos y Europa en torno a ciertos artistas y corrientes que hacían suyos los códigos de la cultura popular japonesa. Con el fin de introducir el nuevo *boom* por Japón que estaba aconteciendo en aquellos años, estas exposiciones, en numerosas ocasiones, recordaron la notoriedad que las artes niponas cosecharon en Europa en la época del japonismo. Sin ir más lejos, la propia Margrit Brehm, comisaria de *The Japanese Experience. Inevitable,* abrió el catálogo de dicha exposición trayendo a colación la figura de Edmond de Goncourt para, seguidamente, señalar la nueva ola de popularidad que fenómenos como el manga y elementos derivados estaban obteniendo en Occidente. En palabras de Brehm:

> «Japonisme is nothing more nor less than a revolution in the way of seeing of the European peoples», according to a diary entry by Edmond de Goncourt on 18 April 1884. What fascinated Goncourt, and with him a whole generation of artists and collectors, were pictorial motifs which they experienced as exotic, and a pictorial idiom —the emphasis on the plane, the placelessness of the figure in the pictorial space, the ornamented background— which could be taken over in accordance with aesthetic principles and integrated into European art. More than a century later, a new kind of art from the *Land of the Smile,* which is just as successful on the art market as the *mangas* in children's rooms, is again posing a challenge to the visual conventions of the western observer, a mode of painting that seems to be an alternative draft to the *floating,* transient world onto which the 19th century was able project its escapist desires.[33]

Las declaraciones de este tipo apuntaban a un nuevo gusto por lo japonés que rápidamente empezaría a ser identificado como una suerte de japonismo contemporáneo. Esta imagen fue impulsada por ciertos críticos y artistas, como el citado Murakami Takashi. Así, el artista, probablemente conocedor de las implicaciones positivas que este tipo de relaciones teóricas podían traer a su producción, recurrió directamente a conceptos como el de «nuevo japonismo» para señalar este nuevo auge internacional de los productos y artes japoneses. Lo hizo en una entrevista para Hélène Kelmachter en 2002, tras su exhibición *Coloriage* presentada en París, cuna del japonismo.[34] Precisamente, *Coloriage* fue la segunda de las tres grandes exposiciones internacionales que el artista realizaría en torno a su teoría *superflat*.[35] En ese sentido,

---

33 Magrit Brehm (ed.), *The Japanese Experience: Inevitable* [catálogo], Ostfildern, Hatje Cantz Verlag, 2002, p. 8.

34 Cfr. Hélène Kelmachter, «Interview with Takashi Murakami», en Murakami Takashi, *Takashi Murakami. Kaikai Kiki* [catálogo], París, Fondation Cartier pour l'art contemporaine y Actes Sud, 2002, p. 103.

35 A través del concepto *superflat,* Murakami demandó, entre otras cosas, una equiparación de los estamentos artísticos, situando así a los elementos del gran arte y a los de la subcultura en la misma dimensión. Cfr. Murakami Takashi,

la comparativa con el movimiento japonista, en el cual las artes decorativas y objetos del ámbito cotidiano penetraron la esfera de las bellas artes europeas, puede señalarse como una inteligente maniobra por parte de Murakami, una estrategia de la que se valió para seguir profundizando en sus reivindicaciones artísticas y teóricas. Esta idea de un nuevo japonismo fue sustentada por los comentarios de críticos y comisarios de arte, como el caso del historiador de arte Robert Rosenblum, quien ese mismo año escribió para la revista *Artforum* sobre la exposición de Murakami en la capital francesa. En su escrito, Rosenblum volvió a traer a colación la relación con el japonismo. El autor señaló la profunda influencia que las xilografías niponas y los objetos como los biombos, abanicos y kimonos tuvieron en corrientes como el impresionismo, comparándola con la preeminencia que los productos de la cultura popular nipona estaban adquiriendo en todo el mundo en aquellos años. «Here's a fresh version of Japonisme for the twenty-first century», concluyó.[36] Finalmente, este tipo de apropiaciones y reinterpretaciones del japonismo por parte de los comisarios, los catálogos, las exposiciones y, en ocasiones, los propios artistas ocasionó que conceptos como los de japonismo contemporáneo, segundo japonismo y neojaponismo se consolidasen. Dichas concepciones influyeron notablemente en la imagen que Occidente desarrolló sobre Japón entrada la primera década del siglo XXI.[37]

Aunque, como se ha especificado, consideramos neojaponismo un término problemático por las implicaciones que trae consigo, el contexto descrito permite situar el fenómeno que estaba aconteciendo y que, en cierta forma, algunos trataron de señalar y circunscribir bajo un concepto. Es decir, en aquellos años, el fenómeno era lo suficientemente evidente como para tratar de

---

«A Theory of Super Flat Japanese Art», en Murakami Takashi, *Super Flat* [catálogo], Madra, Tokyo, 2000, pp. 9-25.

36 Robert Rosenblum, «Takashi Murakami», *Artforum,* 40 (2002), p. 80.

37 Cfr. Trujillo, *La identidad como estrategia en la obra de Murakami Takashi,* p. 44.

ponerle un nombre. De este modo, en primera instancia, aquello que dio en denominarse neojaponismo remitió al fenómeno estético desarrollado en Occidente a finales del siglo XX a partir de los productos de la cultura popular japonesa, entre los cuales el manga y el anime ocuparon los puestos predominantes. Dichos productos generaron un nuevo gusto por lo japonés sobre el que se edificó el imaginario estético desde el que Europa y Estados Unidos comprendieron la realidad del Japón contemporáneo. De este modo, mediante el imaginario estético neojaponista, nuevamente, se fraguó la idea del Japón artístico, fuente de fantasía y exotismo. En los discursos del neojaponismo, una vez más volvieron a ser los objetos de la cultura popular y del ámbito cotidiano los que, como en el japonismo decimonónico, se alzaron como protagonistas, productos que en Japón pertenecían al ámbito de la cotidianidad y lo mundano, pero que poco a poco captaron la atención del público europeo y americano. Siguiendo estas premisas, cabe tratar de establecer cuáles serían algunos de los ámbitos del neojaponismo, entre los que destacarían elementos como la estética manga, el valor coleccionable que poseen ciertos productos de la cultura popular nipona y el deseo de habitar el nuevo imaginario desde dichos productos.

### 1.2. Los ámbitos del neojaponismo: manga, figuras y *cosplay*

Desde finales del siglo XX, el interés renovado por Japón y sus artes trajo consigo ciertos códigos estéticos que han influido y renovado medios como la pintura y el cómic en Occidente. En este ámbito de la influencia artística y estilística proveniente de la cultura popular japonesa, sin duda, uno de los elementos protagonistas ha sido el manga y las estéticas que lo conforman, las cuales, unidas, han dado lugar a lo que se ha denominado como «estética manga».

A pesar de la importancia del concepto y del papel predominante que ocupa en el imaginario neojaponista, aún hoy sigue

generando debate debido a la dificultad para establecer una definición concreta de lo que es la estética manga. Uno de los investigadores a destacar en este campo es José Andrés Santiago. En su obra *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa,* publicada en 2010, Santiago mencionó lo que podrían ser los esbozos que señalasen a una estética manga propiamente dicha.[38] Los acercamientos que han llevado a cabo a lo largo de la historia contemporánea teóricos del cómic, como los aclamados Will Eisner y Scott McCloud hasta otros más recientes como Luis Gasca y Asier Mensuro y Santiago García, entre otros, responden a diversos intereses: sociológicos, semióticos, históricos, pero también artísticos, como es el caso de la obra de Koyama-Richard *Mil años de Manga* o del escrito del citado Santiago.[39] Los trabajos de estos autores proporcionarán en el futuro, sin duda, un punto de apoyo en la búsqueda de una definición que acote el amplio espectro de este arte secuencial japonés. Sin embargo, hoy por hoy, la ingente cantidad de información y el intento por delimitar un fenómeno como el del arte secuencial, arraigado fuertemente en el imaginario de los japoneses, dificulta una explicación simple y bien articulada. Como el propio Santiago expone:

> Los críticos y analistas de todo el mundo se muestran incapaces de precisar qué es exactamente la estética manga, o qué particularidades debe tener un objeto, un edificio o una persona para ser calificado

38 Cfr. José Andrés Santiago, *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa,* Barcelona, Comanegra, 2013, pp. 481-482.

39 Cfr. Scott McCloud, *Entender el cómic. El arte invisible,* trad. de Enrique S. Abulí, Bilbao, Astiberri, 2009 y Will Eisner, *El cómic y el arte secuencial,* trad. de Enrique S. Abulí, Barcelona, Norma, 2002, pp. 125-126. El ilustrativo trabajo de Gasca y Mensuro ha supuesto una de las mejores investigaciones comparativas entre pintura y tebeo de los últimos años. Cfr. Luis Gasca y Asier Mensuro, *La pintura en el cómic,* Madrid, Cátedra, 2014. Del mismo modo, *La novela gráfica* del español Santiago García está considerada como un manual imprescindible en la compresión de la evolución del tebeo al nuevo formato del llamado cómic de autor. Cfr. Santiago García, *La novela gráfica,* Madrid, Astiberri, 2010.

> como tal [...]. La estética manga no se define por características tipificables precisas, sino por una impresión incierta que impregna el objeto o la persona designada, en la que se percibe dicha cualidad.[40]

Partiendo de este apunte podría señalarse a esa «impresión incierta», a esa estética de «características no-tipificables precisas», como resultante de la imaginería creada en el entorno de los cómics y series de animación japonesas surgidos a partir de la segunda mitad del siglo XX y que Jaqueline Berndt ha señalado como «mangaesco» *[mangaesque]:*

> Aquello que pasa como «típicamente manga» entre los consumidores habituales de este tipo de medios [...]. Sin embargo, este enfoque que denomino mangaesco, entendido como «similar al manga» o «típicamente manga» —que, por supuesto, no es un término consolidado a nivel académico— permite, por un lado, llamar la atención sobre discursos populares relevantes en un contexto práctico, y, por otra parte, poner el acento sobre reflexiones teóricas, fundamentadas con criterio, sobre lo que podría o no esperarse del manga.[41]

Hasta avanzar en un estudio que delimite de manera adecuada qué es y cuáles serían las implicaciones, características y alcance de una estética manga, en la actualidad, resulta menos problemático identificar y definir las subestéticas que compondrían a esta estética, como es el caso de lo *kawaii* o lo *moe,* entre otras.[42] Es

---

40 Santiago, *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa,* pp. 482-483.

41 Jaqueline Berndt, «Facing the Nuclear Issue in a "Mangaesque" Way: The Barefoot Gen Anime», *Cinergien,* 2 (2012), p. 149.

42 El concepto *kawaii* ha sido traducido al inglés por la palabra *cute* y al español por 'adorable' o por la expresión 'mono'. Lo *kawaii* remite así a un conjunto de elementos que hacen surgir en el espectador sentimientos de ternura, apacibilidad y deseo de protección con respecto al objeto *kawaii* en cuestión. A pesar de sus traducciones a las lenguas europeas, el concepto en Japón se presenta como un fenómeno amplio y complejo que hoy en día tiñe a buena parte de las representaciones de la cultura popular del país. Páginas más adelante se analizará el concepto pormenorizadamente. Cfr. Jaime Romero, «El auge de la estética *Kawaii:* origen y consecuencias», *Kokoro: Revista para la Difusión de la Cultura Japonesa,* 24 (2017), pp. 13-15. En el caso de lo *moe,* un término aún sin traduc-

decir, hoy en día, lo más sencillo es acudir a la obra en cuestión que se pretenda analizar y, dentro de la misma, señalar qué características estéticas están operando. Debido a esto, siempre que sea posible a lo largo de este libro, en los ejemplos concretos, se señalará la subestética manga que se encuentre presente. Sin embargo, cuando sea necesario referir de manera general esa impresión incierta de características aún no tipificables, se recurrirá al concepto amplio, casi comodín, de estética manga.

Tomando lo anterior en cuenta, cabe afirmar que los medios del cómic y la ilustración occidental han sido dos de los más influenciados en los últimos años por estas estéticas surgidas en el entorno del manga. En la industria del cómic norteamericano, por ejemplo, puede observarse la impronta que corrientes como el *gekiga* [imágenes dramáticas] dejaron en dibujantes consagrados como Frank Miller y su conocida obra *Ronin,* publicada entre 1983 y 1984, en DC Comics. La corriente *gekiga* fue creada en torno a la década de los años sesenta de la mano de autores como Tatsumi Yoshihiro. Surgió como reacción a la corriente *mainstream* que Tezuka Osamu consolidó a partir de sus personajes caricaturizados y de tramas que fueron dirigidas en su mayor parte al público infantil. Así pues, la reivindicación de los dibujantes como Tatsumi fue la de crear un cómic adulto de pretensiones realistas que, además, expresase la crudeza y el desaliento que sobrevinieron a Japón tras la guerra.[43] El *gekiga* se alzó entonces como un género

---

ción específica en inglés o español, Galbraith ha explicado: «Literally meaning "to bud" (萌える) and a pun on the homonym "to burn" (燃える), moe is used among otaku to mean getting fired up for budding young beauties. It can be used as an adjetives or a verb. It can further describe moe in, or the moe response to, and object». Patrick W. Galbraith, *The Otaku Encyclopedia: A insider's guide to the subculture of Cool Japan,* Nueva York, Kodansha America, 2009, p. 154. Para un análisis en mayor profundidad sobre el concepto, véase Patrick W. Galbraith, *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming,* Singapur, Tuttle, 2014, pp. 155-156.

43 Cfr. Jaqueline Berndt, *El fenómeno manga,* trad. de J. A. Bravo, Barcelona, Martínez Roca, 1996, p. 55.

experimental en el que la violencia copó las tramas y se reunió en torno a revistas, también de corte creativo y experimental, como la famosa *Garo,* iniciada en 1964. Entre las obras *gekiga* más representativas y que mayor popularidad obtuvieron en Occidente destacó *El lobo solitario y su cachorro,* de Koike Kazuo y Kojima Gōseki, publicada entre 1970 y 1976. Como es sabido, esta es una de las obras que influenciaron a ciertos dibujantes norteamericanos de la época, entre los que destacó Frank Miller.[44] Sin duda, algunas de las claves estéticas de *Ronin* deben ser entendidas desde esta relación con la estética propia del estilo *gekiga*. En su cómic, además, Frank Miller entremezcló las influencias estilísticas provenientes de este tipo de mangas con elementos de la estética *cyberpunk*.[45] Ha de recordarse a este respecto que *Ronin* fue publicado, precisamente, en la década de 1980, en la cual empezó a popularizarse el manga y el anime de ciencia ficción en Estados Unidos gracias a obras, también de corte *cyberpunk,* como *Akira* o *Ghost in the Shell,* entre otras. Como el caso de *Ronin,* son numerosos los ejemplos de obras y dibujantes que hicieron suya esta amalgama de influencias provenientes directamente de Japón y de sus cómics.

Siguiendo con el ejemplo del mercado norteamericano, en algunas ocasiones, más allá de la influencia estilística, llegó a hacerse una apropiación directa de algunas peculiaridades estéticas del manga *shōnen*.[46] Un ejemplo sintomático a este respecto fue sin duda la colección *Mangaverse,* que Marvel lanzó entre los años 2000 y 2002 y volvió a recuperar en el 2005. En esta colección los

---

44 Cfr. Frank Miller, «Entrevista a Kazuo Koike y Gōseki Kojima», *Entrecomics,* 14/06/2011. En línea: <http://llauna.blogspot.com/2011/06/entrevista-kazuo-koike-y-goseki-kojima.html>. [Consultado: 23/07/2018].

45 Para un análisis general del movimiento *Cyberpunk,* véase Horacio Moreno, *Cyberpunk. Más allá de Matrix,* Buenos Aires, Círculo Latino, 2003, pp. 8-13.

46 La palabra *shōnen* puede traducirse como 'chico' o 'joven'. En el terreno del manga remite a un tipo de cómic con grandes dosis de acción dirigido principalmente a adolescentes varones.

superhéroes de Marvel fueron reinterpretados siguiendo radicalmente los códigos del estilo del cómic japonés *mainstream,* sobre todo del manga de acción dirigido a los adolescentes. A pesar de que las tramas se desarrollaron en Estados Unidos, hubo una fuerte presencia de elementos nipones que volvían a señalar a personajes arquetípicos de la tradición como el samurái o la *geisha* (fig. 4). El humor, diseños, planos y narración intentaron asemejarse en lo máximo posible al cómic japonés.

Estas simbiosis entre las escuelas de cómic occidental y japonesa también llegaron a Europa, siendo el caso de la *Nouvelle Manga* de Frédéric Boilet uno de los ejemplos más representativos. A diferencia de la industria norteamericana, parapetada en la popularidad que el género de superhéroes ofrecía, la década de 1980 aventuraba una etapa de crisis para la escuela franco-belga. Según criticaron dibujantes como el propio Boilet, a principios de dicha década fueron varias las editoriales europeas dedicadas al cómic que comenzaron a centrar el foco de interés únicamente en el factor económico. Es decir, en las ventas. Las editoriales querían productos sencillos de elaborar y rápidos de vender. Para ello se recurrió a las manidas fórmulas del superhéroe, la aventura y la ciencia ficción que ya habían funcionado en el pasado y que en Europa no encontraron la misma acogida que en Estados Unidos. El contexto propiciado por la irrupción de los mercados en las editoriales se extendió a lo largo de la segunda mitad del siglo pasado. A pesar de ello, finalmente, en 1990 factores clave como el abaratamiento de los medios de impresión y producción, la creación de editoriales que apostaran por conceder una mayor libertad creativa a sus dibujantes y el auge, cada vez más evidente, de autores que reivindicaban un tebeo que hablase sobre ellos mismos, sobre su vida y su día a día, dieron finalmente lugar a la aparición del denominado cómic de autor o novela gráfica. Boilet fue uno de los hijos de aquel contexto histórico en el que el ámbito de la vida cotidiana y lo autobiográfico cobraron peso. Precisamente, el dibujante francés puso el acento en editoriales como *L'Association* o *Ego comme X,*

*Fig. 4. Portadas de la colección* Mangaverse, *2000-2002.*
*Fuente: Colección Mangaverse*

las cuales surgieron en torno a aquellos años como reacción a la *bande dessinée* de ciencia ficción, héroes y acción, enfocada en los adolescentes. Estas editoriales apostaron por un cómic más adulto y basado en las experiencias cotidianas (reales o ficticias) de sus autores, lo que permitió al mercado del cómic francés abrirse a un mayor número de lectores.[47] En este nuevo contexto de creatividad y experimentación, Boilet, tras más de doce años de estancia en Japón, creó la corriente *Nouvelle Manga* en la cual la estética

47 Cfr. Frédéric Boilet, «Manifiesto Nouvelle Manga», publicado en 2001 a través de su página web: <http://www.boilet.net/es/nouvellemanga_manifeste_1.html>. [Consultado: 07/06/2018].

*Fig. 5. Nananan Kiriko,* Blue, *2004 y Frédéric Boilet,* La espinaca de Yukiko, *2003. Fuente: Ponent Mon*

manga volvió a ser aprehendida por Occidente y sus códigos entremezclados y reinterpretados, en este caso, desde la escuela historietista franco-belga (fig. 5).

En el manifiesto que Boilet redactó en 2001, el dibujante alabó las posibilidades del manga, las cuales lo habían hecho conquistar todos los rincones del planeta, y abogó por una simbiosis entre sus elementos más destacables y los elementos de la *bande dessineé*. A su movimiento se sumaron tanto dibujantes europeos como japoneses, destacando entre estos últimos figuras de renombre como Taniguchi Jirō, Takahama Kan y Nananan Kiriko, entre otras.[48]

También en el caso de España han aflorado en los últimos años ciertas obras influenciadas por la estética manga a las que se ha denominado con el sobrenombre de Iberomanga o Mangañol. El caso español manifiesta algunas diferencias sustanciales en relación al estadounidense y al franco-belga. En estos dos últimos mercados la influencia de la estética manga, simbiotizada con las corrientes autóctonas, dio lugar a algo nuevo, surgido de aquella mezcla. En Es-

48 Cfr. Jaime Romero, «La estética de la Nouvelle Manga. La reivindicación de lo cotidiano en la nueva novela gráfica franco-japonesa», *CuCo. Cuadernos de cómic,* 8 (2017), pp. 90-91.

paña la apropiación de los códigos del manga sería más radical, llegando en ocasiones a replicar de manera directa y casi total el estilo del cómic nipón. Una de las principales peculiaridades de la producción española se encuentra en que no existe un cómic español como tal o, si se prefiere, existen muchos cómics españoles que, a falta de un mercado editorial sólido, no han podido ser aglutinados bajo un mismo marco, como ocurrió por ejemplo con la *bande dessinée*. Son numerosos los casos de autores contemporáneos que como Antonio Altarriba o el dúo Juanjo Guarnido y Juan Díaz Canales, entre otros, antes de poder triunfar en España, se vieron obligados a publicar para el mercado francés, donde cosecharon sus primeros éxitos. De este modo, la falta de solidez del mercado del cómic español, acompañada por la necesidad de los dibujantes de tener que ir a publicar a otros territorios como Estados Unidos, Italia o Francia, ha ocasionado que en los últimos años España, a diferencia de otros territorios, haya sido incapaz de generar una escuela propiamente definida. Este panorama ha propiciado que la península ibérica se convierta en un terreno fértil en el que la presencia del estilo manga ha circulado libremente y se ha hecho más evidente aún si cabe que en la fusión de la *Nouvelle Manga* (en donde la huella francesa de la *bande dessinée* aún permanece indeleble).[49] Esto ha ocasionado que los autores españoles que han tomado el manga como su medio de expresión hayan hecho suyos todos y cada uno de los elementos del cómic nipón, llegando en algunos casos a ser difícil diferenciar a simple vista si estamos ante un cómic dibujado por un autor japonés o por uno español (fig. 6).

49 Esto no quiere decir que todo el cómic realizado por autores franceses influenciados por el manga muestre estas mismas características que la *Nouvelle Manga*. El manga *Radiant,* por ejemplo, del dibujante Tony Valente, en la actualidad goza de gran popularidad en Japón contando incluso con un anime. En el caso del cómic de Valente encontramos que no hay características palpables de la *bande dessinée* como tal, pudiendo confundirse con un manga escrito y dibujado por un autor japonés, en un sentido cercano al Iberomanga.

*Fig. 6. Skizocrilian Studio,* A través del Khamsin, *2013.*
*Fuente: Skizocrilian Studio*

Los medios técnicos con los que cuentan hoy los dibujantes han ayudado a potenciar esta semejanza con la producción nipona. Según han expresado dibujantes como los del estudio independiente XianNu, en la actualidad, resulta difícil hacer una diferenciación drástica entre su estilo personal y el manga japonés en general. Esto se debe a que son numerosos los dibujantes familiarizados con medios digitales como el programa de dibujo Clip Studio. En opinión de estos autores, en el pasado podía constatarse una diferencia mayor en el resultado de su estilo con respecto al manga nipón, ya fuese por el uso de los mismos materiales o por el desconocimiento a la hora de aplicar ciertos códigos y procesos en el dibujo. Programas como el citado han permitido superar estas barreras iniciales y lograr replicar con mayor facilidad las peculiaridades de la estética manga.[50]

50 Cfr. Jaime Romero, «Estética del iberomanga: confluencias entre España y Japón en el contexto del cómic», en Tateiwa Reiko, Lluis Valls y Gisele Fernández

Si bien las generaciones anteriores crecieron con los tebeos de humor y aventuras de editoriales como Bruguera (*Mortadelo, Zipi y Zape, El Capitán Trueno,* etc.), la generación a la que los dibujantes de Iberomanga pertenecen no tuvo un contacto tan definido con el cómic patrio como con los animes y mangas que en torno a las décadas de 1980 y 1990 empezaron a llegar a España.[51] Así, *Saint Seiya, Dragon Ball* y *Sailor Moon* son algunas de las referencias más citadas por muchos de estos jóvenes dibujantes. Este tipo de influencias hicieron que los actuales autores de Iberomanga comenzasen a replicar directamente a los personajes de sus series y cómics favoritos.[52] Según los comentarios de los propios dibujantes, se aprecia cómo la influencia del manga llegó a estos autores de una manera natural y cómo comenzaron a expresarla a través de sus obras de un modo aparentemente inconsciente. Ello se debía a que se habían criado con los códigos del manganime desde pequeños, por lo que el estilo, así como los tiempos a la hora de elaborar las tramas, no les resultaban desconocidos en absoluto.[53]

Estas cuestiones evidencian hasta qué punto la presencia de la cultura popular japonesa se ha asentado en territorios como España. Lo cierto es que el proyecto de un Iberomanga sólido y definido, como podría ser la *Nouvelle Manga* de Boilet, no ha llegado a desarrollarse. A pesar de ello, cabe recordar que en 2019 fue creada la revista *Planeta Manga,* perteneciente a la editorial Planeta, inspirada por las revistas de cómic de las editoriales japo-

(eds.), *España y Japón en un mundo cambiante,* Kioto, Universidad de Estudios Extranjeros de Kioto, 2019, p. 176.

51 Cfr. José Andrés Santiago, «Iberomanga: From mainstream to gafotaku and gendered niches», en Jaqueline Berndt (ed.), *Global Manga Studies. Vol. 4. Special Issue "Manga outside of Japan",* Kioto, IMRC. Kioto, International Manga Research Center, 2014, pp. 5-9.

52 Cfr. Carlos Carabaña, «La primera generación del Iberomanga», *Yorokobu,* 18/06/2015. En línea: <https://www.yorokobu.es/iberomanga/>. [Consultado: 07/08/2018].

53 Cfr. Romero, «Estética del iberomanga», p. 177.

nesas. Además de ser dibujada enteramente por autores españoles, entre otros factores destaca el sentido de lectura japonés y el diseño de las portadas, las cuales tratan de adecuarse todo lo posible al diseño de las revistas japonesas de manga.

Ejemplos como los citados muestran la fuerte presencia de los elementos como el manga tanto en Europa como en Estados Unidos. En este aspecto hay que recalcar que su estética no solo ha influido al medio del cómic y la ilustración internacional, sino que también ha dado el salto a ámbitos como el de la pintura. De esta forma, gran número de exposiciones internacionales como *Kiaf Art Seoul* (2019) o *Silent Art Tokyo* (2020), entre otras, dan cuenta del amplio número de jóvenes artistas occidentales y asiáticos que están desarrollando su trabajo al amparo de la cultura popular japonesa. Entre algunos de los participantes a destacar en estas exhibiciones estaría el caso del británico George Morton-Clark, por ejemplo, el cual retrata personajes clásicos y contemporáneos de la cultura popular británica, japonesa y norteamericana. Otro ejemplo es el de la española Okokume, la cual ha dado muestras de la influencia recibida por parte de estéticas como lo *kawaii*, bajo la que ha desarrollado a su personaje estrella Cosmic Girl.[54] Por otro lado, el hongkonés Chino Lam, también miembro del grupo de artistas que participaron en *Silent Art Tokyo*, presenta en su obra una mezcolanza de influencias provenientes tanto del *ukiyo-e* como del manga. A partir de dichas influencias, como en el caso de Okokume, Chino Lam ha desarrollado a su personaje estrella, Maguro, caracterizándolo bajo una estética de corte *kimokawaii*.[55]

---

54 En los últimos años Okokume ha cosechado gran reconocimiento en los países del este de Asia de la mano de galerías como JPS Art Gallery, a través de la cual en 2018 realizó la exhibición *Okokume: The Arrival of Cosmic Girl* en Hong Kong. Cfr. Web de la JPS Art Gallery. En línea: <https://jpsgallery.com/exhibition/the-arrival-of-cosmic-girl/>. [Consultado: 11/08/2018].

55 El concepto *kimokawaii* está compuesto por las expresiones *kimochi warui* [asqueroso o que produce una sensación repelente] y *kawaii* [adorable o *cute*]. En los últimos años, en la frontera entre ambas esferas, han surgido toda clase de

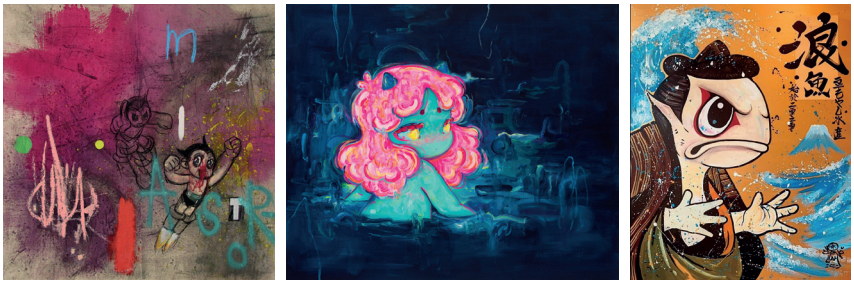

*Fig. 7. George Morton-Clark,* I think my brain is going bloody ape Shit; *Okokume,* Cosmic Girl, *y Chino Lam,* Samurai fish's emotion, *2019.*
*Fuente: George Morton-Clark, Okokume y Chino Lam*

Estos artistas representan una tendencia en el mercado del arte internacional en la que la presencia de la cultura popular nipona se ha hecho evidente desde finales del siglo xx (fig. 7).

Por supuesto, este tipo de confluencias entre pintura y los elementos de la cultura popular también han sido visibles en el propio Japón a través de los trabajos de artistas como Mr., Nara Yoshitomo, Hikari Shimoda y Murakami Takashi, entre otros, los cuales llevan años desarrollando sus obras mediante la estética manga, concretamente bajo las influencias de las subestéticas citadas, como la de lo *kawaii,* lo *kimokawaii* o lo *moe,* entre otras. A pesar de ello, es importante señalar que este tipo de obras en muchas ocasiones han cosechado mayor popularidad en el extranjero que dentro de Japón.[56] Se analizará de manera pormenorizada

extraños personajes y mascotas diseñadas bajo esta estética, como el caso de los personajes de la colección *Kobitodukan, Gudetama* o el propio *Maguro.* Cfr. Theodore Bonnah, «Kimo-kawaii Catharsis: millennials, depression and the empty healing of Sanrio's Gudetama», *Japan Forum,* 31 (2019), pp. 197-198.

56 En el caso concreto de Murakami Takashi, por ejemplo, en 2001 su representante en Tokio, Koyama Tomio, afirmó que más del 70 % de las ventas del artista habían sido realizadas por compradores extranjeros. Cfr. Koyama Tomio, «Special Interview: Dealing», en Murakami Takashi (ed.), *Summon monsters? Open the door? Heal? Or die?* [catálogo], Tokio, Kaikai Kiki Co. Ltd., 2001, pp. 118-119.

más adelante, pero cabe introducir que ello se debe, en parte, a que al principio estos productos fueron tomados en Japón como un mero pasatiempo, dedicado fundamentalmente a los niños. Además de eso, la figura del *otaku,* con la que se ligaron muchos de estos productos culturales, tuvo en sus inicios una acogida muy desfavorable en Japón a partir de 1989.[57] Ha sido en el momento en el que dichos mundos frecuentados por los *otaku* han empezado a ser consumidos y venerados en el extranjero, tanto desde su industria del entretenimiento como la del arte, cuando Japón ha tratado de aprovechar su popularidad internacional a través de las campañas del *Cool Japan*. En un contexto como este, dichas artes poseen una fuerte imbricación con el aspecto comercial que hoy en día gira en torno al mercado del arte, lo cual permite conectar el ámbito de lo estilístico con el del objeto de consumo.

En el caso de los artistas mencionados que fueron influenciados por la cultura popular nipona, cabe decir que hubo ciertas prácticas, enmarcadas entre lo artístico y lo mercantil, en las que coincidieron, que apuntan al ámbito del neojaponismo como objeto de consumo y que, además, están estrechamente ligadas con el concepto de lo coleccionable. De esta forma, la línea que separa arte y *marketing* se hace aún más difusa cuando se observa que los personajes ideados y recreados por estos pintores dan el salto al espacio físico y mundano, alejado del museo. Es decir, cuando dan el salto al ámbito cotidiano. Usando como base sus obras

57 El significado de la palabra *otaku* suele ser asociado en Europa y América con las expresiones *nerd, geek, fanboy* o *freak*. Normalmente, la palabra es utilizada para referirse a los fanáticos del manga, anime, videojuegos, figuras coleccionables y productos similares relacionados con la cultura del entretenimiento nipón. A pesar de ello, el concepto *otaku* es más amplio y complejo de lo que esta reduccionista asociación recoge, por lo que páginas más adelante será analizado pormenorizadamente. Junto con el análisis del concepto se describirán algunos de los acontecimientos que generaron una imagen ciertamente negativa de la figura del *otaku* dentro de Japón.

*Fig. 8. Figuras coleccionables desarrolladas por Okokume, Chino Lam y Shimoda Hikari*

pictóricas, estos artistas, tanto occidentales como japoneses, están creando pequeñas figuras de plástico y materiales similares, de bajo coste y pensadas para ser coleccionadas. Es el caso de los citados personajes, Cosmic girl y Maguro de Okokume y Chino Lam, por ejemplo, o de los niños y niñas de ojos tristes y coloridos de Shimoda Hikari. Como estos, existen multitud de artistas que, a través de la simbiosis entre arte y mercado, ya manifiesta en el uso de los elementos de la cultura popular en la práctica artística, van un paso más allá en la imbricación entre arte y entretenimiento (fig. 8).

Sin duda, el caso más llamativo y que sentó unos precedentes importantes fue el de Murakami Takashi y su colección *Shokugan,* lanzada en 2003. El concepto *shokugan* se compone de las

palabras «comida» y «juguete» y apunta a la combinación entre dulces (caramelos y chicles) y una pequeña figurita de juguete que los acompaña como regalo. Esta colección fue una edición promovida por la *Takashi Murakami'superflat Museum: Convenience Store Edition* y buscó dar el salto del museo a la esfera cotidiana. Ha de señalarse que años antes, entre 1997 y 1998, Murakami había desarrollado algunas de las esculturas que más tarde servirían como base e inspiración para este proyecto *Shokugan*.[58] Estas esculturas merecen una mención particular ya que supusieron el salto de Murakami a la fama internacional gracias a sus ventas millonarias.

En su estancia en Nueva York, entre 1994 y 1995, Murakami, además de entrar en contacto con el núcleo financiero del arte occidental, pudo observar de primera mano las obras de los artistas que resultarían cruciales en su formación, como Keith Haring, Andy Warhol y Jeff Koons, entre otros. Precisamente, la serie de Koons *Made in Heavens,* y las esculturas de corte sexual que albergaba, causaron un gran impacto en el artista nipón.[59] A su regreso a Japón, Murakami desarrolló las influencias asimiladas en Estados Unidos a través de los elementos de la cultura popular japonesa. En este caso escogió como modelo las figuras de plástico y resina reverenciadas y coleccionadas por los *otaku* que recrean a los personajes más famosos del manga y el anime. Así, entre 1997 y 1998 creó las esculturas *Miss Ko²*, *Hiropon* y *My Lonesome Cowboy,* donde temas como la polémica sobre la extrema sexualización en la que incurren algunos géneros del manganime se hicieron patentes (fig. 9).

---

58 Cfr. Peter Bengtsen, «Fashion curates art: Takashi Murakami for Louis Vuitton», en Annamari Vänskä y Hazel Clark (eds.), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond,* Londres/Nueva York, Bloomsbury Academic, 2018, pp. 201-203.

59 Cfr. Adrian Favell, *Before and After Superflat: A Short History of Japanese Contemporary Art 1990-2011,* Hong Kong, Timezone 8, 2012, p. 22.

*Fig. 9. Murakami Takashi,* MissKo², Hiropon y My Lonesome Cowboy, *1997-1998. Fuente: Blum & Poe, Los Ángeles. ©1997-1998. Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

En 2003 *Miss Ko²* sería vendida en la famosa casa de subastas Christie's de Nueva York por la suma de 567 500 dólares, aunque el éxito llegaría definitivamente cinco años después. En 2008, a las puertas de la crisis económica internacional, Francois Pinault, nuevamente en una subasta en Nueva York, esta vez en la casa de subastas Sotheby's, adquirió *My Lonesome Cowboy* por la suma de 15 millones de dólares. Sin duda, se trató de uno de los momentos clave en el éxito del gusto por «lo japonés» que desde 1990 había empezado a acontecer y el propio Murakami fue consciente de ello. El artista, sentado al fondo de la sala de subastas de Sotheby's, no pudo evitar gritar *«banzai!»* tras una venta multimillonaria que, sabía, lo catapultaba directo a la liga de las superestrellas del arte contemporáneo internacional.[60]

60 *Ibid.,* p. 23.

Es importante reseñar que, como resultado de su éxito, Murakami se alzó como representante durante aquellos años de la cultura japonesa, o al menos como representante de lo que cualquier occidental sabía sobre el arte contemporáneo japonés. El propio Pinault dijo tras la compra que nunca había estado en Japón antes, pero que se había sentido profundamente impresionado por aquella escultura. Según Favell, «a lot of the Western press invited to show were similarly fooled, because they were similarly ignorant about Japanese art».[61] Resulta simbólico que Favell usase el término engaño *[fool],* pero lo cierto es que, como se tratará más adelante, estos objetos y artes que serían catalogados como representantes del neojaponismo estaban ayudando a construir un imaginario estético muy concreto sobre el Japón contemporáneo.

Volviendo al ejemplo de la colección *Shokugan,* cabe decir que figuras como *Miss Ko²,* y más tarde *Hiropon* y *My Lonesome Cowboy,* pasaron a ser recreadas como figuras coleccionables, al alcance de cualquiera. En algunos casos, como en el de *Miss Ko²,* no solo quedaron relegados al plano del producto *shokugan* (el pequeño objeto que acompañaba al dulce en cuestión), sino que saltó a las vitrinas de las tiendas de barrios como Akihabara, compartiendo estantes de ventas con las figuras de alto detalle técnico provenientes del anime y el manga.[62] Este tipo de figuras manganime fueron altamente apreciadas en sus inicios por los *otaku* japoneses, aunque desde hace años pueden adquirirse también en cualquier tienda especializada en todo el mundo. Precisamente, la comisaria Alexandra Munroe, en la introducción del catálogo de la exposición *Little Boy* (2005), narró su encuentro con una de estas obras de arte reconvertida en figura coleccionable en los siguientes términos:

---

61 *Ibid.,* p. 75.

62 Hoy en día la zona de Akihabara es ampliamente conocida entre los fans de todo el mundo de la cultura popular japonesa debido a la multitud de tiendas dedicadas a la electrónica, videojuegos, manga, anime y productos relacionados.

> Halfway down the busiest arcade, I entered a tiny shop that specialized in figures, miniature plastic renditions of characters that star in the hundreds of quasi-underground cartoon productions and publications that are the stuff of otaku life. The store was crowded with punkish-looking teenagers, distinguished as a tribe by their dyed and spiked hair and backpacks decorated with dangling figures of their favorite anime and manga characters. Milling among the stacks of crammed and locked vitrines, I came upon figures of sleek, masked fighters in red and silver body armor posed with fists raised to strike; winged and fanged reptilian creatures with fierce, blood-shot eyes; and a doe-eyed, green-haired girl in a mini-skirted school uniform encased in a plastic sheath emblazoned with "To Heart Collection Figure". Nestled among this menagerie, I spotted the object of my search *Miss Ko²,* a secret agent character dressed as a buxom, blonde waitress, beckoning with stupefied, super-big eyes. The figure is packaged by Kaiyōdō, Japan's largest manufacturer of plastic miniatures.[63]

Este salto del entorno del museo al «espacio profano» puede ser analizado a través de las reflexiones sobre la relación entre el arte y el museo que Boris Groys desarrolló en su artículo de 2002 «Sobre lo nuevo» y, más tarde, en 2005, en su obra *Sobre lo nuevo: ensayo de una economía cultural*. Según expuso Groys: «Escaparse del museo significa convertirse en algo popular, vivo y presente fuera del círculo cerrado del establecido mundo del arte, fuera de las paredes del museo».[64] Sin duda, estas obras de arte reconvertidas en juguetes y figuras coleccionables parecen lograrlo al manifestar la tensión entre tradición cultural, aquella que habita las paredes del museo, a la que Groys denomina el archivo cultural, y la realidad, o el mundo exterior a dichos archivos, al

63 Alexandra Munroe, «Introducing Little Boy», en Murakami Takashi (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploring Subculture* [catálogo], trad. de Office Miyazaki, Inc., Nueva York, Japan Society y Yale University Press, 2005, pp. 242-243.

64 Este tipo de reflexiones sobre el museo ya estaría vigente en los textos de los artistas y teóricos modernos para los que «el museo es descrito reiteradamente como el cementerio del arte, y los conservadores de los museos como los sepultureros». Boris Groys, «Sobre lo nuevo», *Artnodes,* 2 (2003), p. 2.

que llama espacio profano. La paradoja que Groys señala es que, precisamente, el archivo cultural se nutre de este espacio profano para seguir creciendo.[65] Es en este punto donde se podría situar a los artistas mencionados como el caso de Murakami, el cual, sin duda, en su búsqueda por abordar el espacio profano, lo que trata es de afianzar su puesto fijo en los museos de todo el mundo. Tal como explica el propio Groys:

> Este conocimiento afecta al comportamiento de los artistas en un sentido muy sustancial; es obvio que el museo acepta solo cosas que obtiene de la vida real, fuera de sus colecciones, y esto explica por qué el artista quiere que su arte parezca real y vivo [...]. Por tanto, si un artista dice (como dicen la mayoría de los artistas) que quiere escapar del museo para ir hacia la vida en sí, para ser real o para crear un arte verdaderamente vivo, esto no significa sino que el artista quiere que se le coleccione.[66]

En el caso de Murakami, se observa una búsqueda por imbricar el museo, la tradición cultural y el mundo del entretenimiento. De este modo, a través de sus populares esculturas diseñadas bajo la estética manga, el artista hace referencia al ámbito de las figuras para fans creadas por empresas especializadas como Kaiyōdō. Por otro lado, la popularidad de estos productos consolida a su vez aún más la presencia internacional de Murakami y artistas afines, captando el interés de los museos y galerías que desean exhibir sus obras. En este juego de relaciones entre el espacio profano y el archivo cultural, ha de recordarse que esta colección *Shokugan* pertenecía a la *Takashi Murakami'superflat Museum: Convenience*

65 Ni siquiera las prácticas de la vanguardia que buscaron subvertir y deslegitimar al museo como institución lo lograron. Al contrario, aquellas prácticas lo que produjeron fue un afianzamiento de la institución. Es en dicho contexto en donde Groys advierte la complementariedad entre el archivo cultural y el espacio profano. Cfr. Boris Groys, *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural,* trad. de Manuel Fontán del Junco, Valencia, Pre-Textos, 2005, p. 77.

66 *Ibid.,* pp. 2-3.

*Fig. 10. Murakami Takashi,* El museo Superflat de Takashi Murakami: Edición Roppongi Hills, *2003.*
*Fuente: Kunzt Gallery, Takashi Murakami, Kaiyōdō Co., Ltd. y Kaikai Kiki Co., Ltd. Modelado de prototipos: Bome y Enoki Tomohide. Publicado por Takara Co., Ltd. Distribuido por Dreams Come True Co., Ltd. ©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

*Store Edition,* y que el pequeño certificado oficial que acompañaba a la figura en cuestión se encargaba de incidir en ello (fig. 10).

En este sentido, es importante tener en cuenta que con la compra del dulce en cuestión el consumidor no adquiría gratis una réplica en tamaño reducido de una de las esculturas originales de Murakami, sino una nueva escultura, idéntica a otras que existen a escala mayor, pero igualmente original. Es decir, el consumidor adquiría una de las populares, reverenciadas y muy valiosas obras de Murakami.[67] Con ello el artista conseguía, por un lado, pene-

67 «Si se compara medio millón de dólares con "gratis", hay un sentido de los valores enormemente diferente, casi una confusión de los valores. Esta confusión

trar en el «museo» casero del *otaku* y el fan en general que exhibe este tipo de productos comerciales en las estanterías de su habitación, a la vez que, por el otro, lograba la irrupción de lo *otaku* y de la cultura popular nipona que lo acompaña en los distintos museos y galerías. En este sentido, cabe afirmar que Murakami y el resto de artistas afines buscan que se los coleccione, pero en un sentido más global y mundano que el que posee la colección de un museo. De esta forma, se repetiría nuevamente la fase del ciclo por el cual, en esa inclusión constante de lo profano en el archivo cultural, se produce lo que algunos consideran una devaluación de los valores culturales, producida por esa revalorización de lo profano. En 2002, por ejemplo, el periódico *The Guardian* recogió una dura crítica realizada por Adrian Searle dirigida contra la obra de este artista:

> I recoil from its cuteness, and the sly, self-conscious and hypersophisticated cartoony artiness of what he does. Perhaps you need to be Japanese and addicted to Manga comics to get this stuff, or under 10 years old, or the kind of adult who likes to wear nappies, in which case this show would be an ideal environment to hang about in, sporting leaky Pampers.[68]

La relación que Searle estableció entre la audiencia de Murakami y los niños de menos de diez años, los japoneses fanáticos del cómic y los adultos con algún tipo de desequilibrio mental parecía señalar nuevamente el temor por esa devaluación de los valores culturales del arte. A pesar de ello, como Groys reflexionó, la innovación que representan las obras de estos artistas no perjudica ni

---

constituye el objetivo de la creación de las figuras *shokugan*». Murakami Takashi, citado en Scott Rothkopf, «Takashi Murakami: Hombre Empresa», en Paul Schimmel (ed.), *©MURAKAMI* [catálogo], trad. de Magali Martínez y Maribel Villarino, Bilbao, Museo Guggenheim Bilbao, 2009, p. 133.

68 Adrian Searle, «Takashi Murakami», The Guardian, 25/11/2002. En línea: <https://www.theguardian.com/culture/2002/nov/25/artsfeatures1>. [Consultado: 07/12/2018].

afecta a dichos valores.[69] Es decir, estos artistas contemporáneos han logrado hacerse un hueco en el museo, precisamente, a través de su popularidad en el espacio profano sin que ello haya desvirtuado en absoluto a la propia institución. Al contrario, en opinión del autor alemán, la institución logra reforzarse a través de la inclusión de estos ámbitos de lo profano dentro de sus muros. En este contexto, cabe destacar que algunas exposiciones de Murakami han sido llevadas a cabo en sitios tan emblemáticos e históricos como el palacio de Versalles. El anacronismo que plantean las obras de estética manga en un entorno como aquel no desvirtuó el palacio de Versalles, pero sí ofreció nuevas vías a Murakami desde las que seguir creciendo y «devorando» la cultura occidental, como Trujillo vaticinara. Estos objetos artísticos y coleccionables, destinados por igual a las vitrinas de los museos como a las estanterías de los fans, guardan conexiones directas con el ámbito de lo decorativo. Cuando se refiere a los objetos del manganime, que a su vez son los del neojaponismo, no debe entendérselos solo en su sentido museístico, sino también en el profano. En ese contexto de lo cotidiano los objetos del neojaponismo apuntan al ámbito de lo decorativo como algo con lo que embellecer el entorno, pero también con lo que embellecerse a uno mismo. Como algo que tocar, con lo que jugar o disfrazarse. En la Europa del siglo XIX estos objetos relacionados con el aspecto de lo decorativo, como lo fueron el kimono o el abanico, a su vez servían como elementos con los que interactuar, posar y exhibirse. En el ámbito del neojaponismo estos objetos han variado, pero el objetivo de penetrar en la utopía imaginada a través de ellos sigue vigente.

Así pues, junto a elementos como el de las figuras coleccionables se encuentra todo tipo de productos que los acompañan, como pósters, tarjetas, utensilios y toda clase de *merchandising* afín. En este ámbito del neojaponismo como moda decorativa, la

69 Cfr. Groys, *Sobre lo nuevo. Ensayo,* pp. 86-87.

práctica del *cosplay* se alza como una de las protagonistas. La propia acepción nipona, formada por la japonización de *costume* y *play,* remite al acto de decorarse a uno mismo utilizando estos objetos del neojaponismo.[70] De este modo, el acto de vestir «lo japonés» se alza en ocasiones como puro juego y divertimento, como una manera superficial de aprehender lo exótico y envolverse con ello, como, en cierto modo, fue el caso de la propia Camille en el cuadro de *La japonesa,* de Monet. Como Susan Napier recuerda, para aquellos «*cosplayers* del siglo XIX», Japón era pura superficie, un país que producía prendas y objetos hermosos e inusuales con los que podían vestirse y jugar sin necesidad de ocuparse en profundidad de la cultura de la que provenían.[71]

La forma de *cosplay* contemporánea, surgida en torno a los mundos del manganime, muestra algunas similitudes y diferencias que deben señalarse con respecto a las prácticas decimonónicas. Sin duda, el elemento de la fantasía como medio de escapismo al que han aludido investigadores como Napier es uno de los más reseñables. Artistas y escritores con un fuerte deseo de identificación con Japón, como el propio Van Gogh, ya mostraron el deseo por habitar la utopía soñada. Este deseo vuelve a hacerse patente desde finales del siglo XX popularizándose a través de los multitudinarios salones y festivales de manganime que se celebran cada año en todo el mundo. Como Napier recogió tras el análisis de las entrevistas que hizo a algunos participantes de estos eventos, en la mayoría de las ocasiones el objetivo no es el de la mera imitación del personaje al que se recrea, sino su suplantación directa. A diferencia de Camille en el cuadro de Monet, que se disfrazó para pa-

70 El término *cosplay* fue acuñado en la década de 1980 por el diseñador de juegos Takahashi Nobuyuki cuando se encontró con este tipo de prácticas de vestuario por parte de los fanáticos estadounidenses en una visita a los Estados Unidos. Cfr. Nicolle Lamerichs, *Productive Fandom. Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures,* Ámsterdam, Amsterdam University Press, 2018, p. 201.

71 Cfr. Napier, *From Impressionism to Anime,* p. 165.

recerse a una japonesa, las prácticas de Van Gogh fueron más allá, autorretratándose como un japonés. El objetivo era el de penetrar enteramente en aquel mundo y pasar a formar parte de él. Entre los *cosplayers* contemporáneos pueden hacerse algunas comparaciones con estos gestos decimonónicos en el sentido de que su objetivo no es «parecerse a», sino «convertirse en» el personaje recreado a través de las ropas, abalorios y utensilios correspondientes.

El fin pues, nuevamente, es pasar a habitar la utopía representada por los productos y los objetos del neojaponismo. Es importante señalar que el resto de los participantes de este tipo de eventos contribuyen a esta posibilidad de habitar momentáneamente la utopía manganime en cuestión, mediante el reconocimiento que ofrecen al *cosplayer*. Esto es, la comunidad de fans y *otaku* de estos salones del cómic reconocen no a alguien disfrazado, sino al personaje en sí; lo cual los lleva a tomarse fotos con él, a comentar e intercambiar opiniones sobre el mundo del manga del que proviene o, en caso de estar practicando un *cosplay* de otro personaje perteneciente a dicho mundo, interactuar con él.[72]

En este contexto, cabe mencionar cómo uno de los entrevistados por Napier reprodujo desde cero el *outfit* de los personajes del anime *Haibane Renmei* «using clothes and materials found in thrift shop because in the series the Haibane aren't allowed to wear anything new».[73] El grado de detalle fue tal que incluso el entrevistado menciona que él y el grupo con el que acudió al evento recrearon el dinero utilizado en la serie. Fueron varios los puestos de venta de aquel festival de manga en los que, en vista de la calidad y grado de minuciosidad de las monedas y cupones, aceptaron dicho dinero como válido para el pago de los productos que vendieron al grupo.[74] Este tipo de reconocimientos son los que

72 *Ibid.,* p. 164.
73 Citado en *ibid.,* p. 163.
74 *Ibid.*

contribuyen a acercar aún más la posibilidad de habitar la fantasía en cuestión. En este contexto, hay que decir que estas muestras de creatividad y capacidad artesanal de muchos de estos fans han sido analizadas por especialistas del medio como Okada Toshio.[75] La defensa que puede desligarse de sus teorías, a la que se han adherido investigadores como Leavitt y Horbinski, entre otros, es la de que el *otaku* no se presenta como un mero consumidor pasivo de los flujos de información que se derivan de los productos manganime, sino que participa activa y creativamente en ellos. La manera de hacerlo es apropiándose de dichos productos, recreándolos, dirigiéndolos hacia nuevas narrativas y, en los casos más extremos, llegando incluso a desarrollar mercados cerrados en los que la compraventa de material inspirado en el manga y el anime se produce y se consume por los propios fans.[76] El caso más llamativo es sin duda el del Comiket, el festival *dōjinshi* más grande del mundo.[77] El primer Comiket fue organizado en 1975 y aunque por aquel entonces fueron numerosos los eventos de este tipo, en pocas décadas creció hasta convertirse en el festival de estas características más grande de Japón, contando en su edición

75 Cfr. Okada Toshio, «Introduction to Otakuology», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 96-97.

76 Cfr. Alex Leavitt y Andrea Horbinski, «Even a monkey can understand fan activism: Political speech, artistic expression and public for the Japanese dōjin community», *Transformative Works and Culture,* 10 (2012), pp. 1-2. En línea: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/321/311>. [Consultado: 11/12/2018].

77 Galbraith ha definido el concepto *dōjinshi* del siguiente modo: «An amateur or professional magazine, most often Manga, published independently by a group of fans (circle). They are roughly equivalent to fanzines or fan fiction but differ greatly in the scale and intensity of production and consumption. There are massive events devoted to buying and selling doujinshi (Comiket), and stores deal in such products year round […]. In the broadest sense, the prototypes of doujinshi are the magazine distributed in private literary circles and academic gatherings, but what is know as doujinshi in Japan today tends to be fan-produced manga». Galbraith, *The Otaku Encyclopedia,* p. 65.

de diciembre de 2019 con más de 750 000 asistentes. Como ocurre normalmente dentro de dicho festival la práctica del *cosplay* tuvo un papel relevante desde el principio.

Investigadores como la citada Napier son optimistas con respecto al interés y al conocimiento sobre Japón que la cultura popular puede ofrecer a estos fans.[78] La autora cita casos de *cosplayers* que, interesados, por ejemplo, en mangas y animes inspirados en la mitología japonesa o en figuras como el ninja o el samurái, demuestran un gran conocimiento sobre algunos aspectos del folclore, la tradición o algunos períodos de la historia nipona como el período Sengoku. El aporte de Napier en este contexto es importante. En efecto, según señalan investigadores como Kikuchi Satoru y la propia Napier, una de las cosas que caracteriza al *otaku* es su búsqueda infatigable de información sobre todo lo que envuelve a su objeto de idolatría.[79] Eso puede fomentar el que, si el manga o anime que el *otaku* reverencia se inspira en un determinado momento de la historia nipona o presenta ciertos rasgos culturales o folclóricos característicos, el fan en cuestión los absorba y memorice dicha información. A pesar de ello, ha de señalarse que este tipo de conocimientos concentrados en tan solo ciertos puntos o esquemas de la realidad japonesa resulta cuanto menos sesgado. Aunque el *otaku* puede alzarse como un experto en lo que a su objeto de deseo se refiere (normalmente algún personaje del manga y el entorno que lo envuelve), la información que se extrae tan solo de dicha coordenada no es suficiente para trazar un mapa desde el que guiarse por la intrincada sociedad, historia e idiosin-

78 Napier llega a establecer una relación entre estos eventos y festivales y las exposiciones de arte internacional en las que Japón empezó a participar en la segunda mitad del siglo XIX, las cuales jugaron un papel predominante a la hora de introducir la cultura japonesa en Occidente. Cfr. Napier, *From Impressionism to Anime,* p. 151.

79 Kikuchi Satoru, «The transformation and diffusion of 'Otaku' stereotypes and the establishment of 'Akihabara' as a place-brand», en Galbraith, Kam y Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan,* p. 152.

crasia japonesa. En ese sentido, quizá el interés exacerbado que muestran estos fans del manganime puede presentarse como una estupenda ventana a la que asomarse a ciertos aspectos de Japón, pero se trata de un marco muy pequeño y siempre insuficiente para acceder al Japón real. En este contexto, debe apreciarse que esta ventana, además, es la de la cultura popular contemporánea. Esto trae consigo algunas diferencias sustanciales entre los gestos del *cosplay* decimonónico que apuntaba Napier y estos otros *cosplayers* contemporáneos.

En el caso del japonismo, ya fuese de manera meramente superficial como un acto de juego o divertimento en el caso de Monet, o de manera más espiritual y profunda como en el de Van Gogh, el objetivo era ocupar el puesto de un japonés, es decir, de un habitante del idealizado Japón. Teniendo en cuenta esto, ha de matizarse que, a diferencia del gesto japonista, el *cosplayer* contemporáneo no busca tanto parecer japonés como parecer un personaje del manganime.[80] Páginas más adelante se profundizará sobre ello a través del concepto *mukokuseki* [apátrida], pero puede adelantarse que este complejo fenómeno resulta cuanto menos paradójico: aunque el manga y el anime son presentados como los productos por antonomasia del Japón contemporáneo, no hay rastro alguno de japonesidad en sus variopintos y heterogéneos personajes.[81] Los personajes del manga y el anime son diseñados con peinados de todo tipo de colores y formas; con ojos grandes, redondos y con una gama de colores tan variopinta como la de sus cabellos, con diversos tonos de piel, etc. Es decir, estos personajes son retratados bajo rasgos, tanto físicos como psicológicos que, en primera instancia, no podrían asociarse con los del japonés medio.

---

80 Cfr. Napier, *From Impressionism to Anime,* p. 166.

81 O, al menos, habría que reflexionar de manera pormenorizada a qué se refiere un término tan ambiguo como el de japonesidad *[japaneseness]*. Cfr. Iwabuchi Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism,* Durham, Duke University Press, 2002, pp. 26-28.

A pesar de ello, hoy, esos personajes de la cultura popular componen el punto de referencia sobre el Japón idealizado.[82]

A la hora de tratar los motivos que han llevado a la creación de una cultura popular como esta habrá que señalar la compleja evolución, sobre todo económica y social, del Japón de posguerra hasta el presente, evolución en la cual la tutela de Estados Unidos tuvo consecuencias significativas. Como Iwabuchi señala, Japón se alzó entonces, desde la segunda mitad del siglo XX, como el ejemplo paradigmático de cultura híbrida tras una ocupación forzosa y una asunción casi total de muchos de los preceptos impuestos por la nación americana.[83] Esta deriva histórico-cultural que, nuevamente, vuelve a sentar sus raíces en una relación compleja y en muchos aspectos traumática con respecto a Occidente, ayudará a explicar algunas de las peculiaridades del imaginario neojaponista.

Así pues, cabe decir que, en el contexto contemporáneo, el desfase entre realidad y utopía se hace aún más pronunciado que en el siglo XIX. En el japonismo originario la utopización y el desfase con la realidad del Japón Meiji vino condicionada por la asunción occidental de una imagen idealizada del Japón premoderno. Es decir, vino condicionada por los productos e imágenes de un período que Japón ya había dejado atrás. En este sentido, el desfase que se presenta con el imaginario del neojaponismo resulta aún más complejo ya que no obedece a ningún tipo de malentendido histórico, sino que parte de del imaginario manganime, el cual en muchas ocasiones muestra diferencias significativas con la realidad del país que lo produce. Este es el Japón al que desean acceder los fans de la cultura popular nipona como los *cosplayers:* un mundo

82 Para la descripción de dichos personajes estamos tomando en consideración, sobre todo, el cómic japonés *mainstream* de corte *shōnen*. Sin embargo, queremos aclarar que en la historia del manga también han surgido en ocasiones corrientes, como el mencionado *gekiga,* y autores, como por ejemplo Ryoichi Ikegami, que han tendido a un diseño de personajes menos caricaturesco y más «realista».

83 Iwabuchi, *Recentering Globalization,* pp. 55-56.

sugerido desde el anime y el manga que orbita alrededor de Japón, pero sin raíces aparentemente sólidas que lo aten y lo conecten a la realidad del país de manera indefectible. Es este otro Japón de la cultura popular el que atrae a buena parte de los fans acérrimos del manganime, los cuales acuden en masa a contemplar el país en el que se producen sus objetos de deseo.

Los ámbitos citados, los cuales se retroalimentan entre sí, acaban cerrando el círculo en torno a un imaginario estético muy concreto respecto al Japón contemporáneo. El viaje acaba siendo el último eslabón de una cadena que comienza con el cómic, los videojuegos y las series de animación y que concluye en el anhelo que el gobierno y ciertas campañas japonesas buscan incentivar: el turismo. Las maneras de fomentarlo incurren en numerosas ocasiones en una aprehensión y en un uso muy concreto y focalizado de este imaginario neojaponista que la cultura popular ayuda a construir.

### 1.3. El imaginario estético como motor del viaje

La identificación entre los mundos del imaginario neojaponista y el Japón real no es inmediata. Sin embargo, debe recordarse que los dibujantes y animadores de dichos mundos son de nacionalidad japonesa por lo que, en efecto, la realidad del país parte como fuente de inspiración. En este sentido, es difícil generalizar en un universo tan amplio y con tantas variaciones como el del manganime, en donde la conexión entre estos mundos ficticios y el Japón real diferirá mucho según el género del manga en cuestión. Así pues, en el ámbito de los *slice of life,* por ejemplo, a pesar de que los protagonistas normalmente nada tienen que ver con la fisionomía o apariencia en general de los nipones, las historias se desarrollan en el contexto de la sociedad japonesa.[84] En estas

84 Dentro del mundo del manganime se considera a las historias *slice of life* dramatizaciones de la vida mundana desarrollada normalmente durante los años

historias pueden reconocerse algunos rasgos culturales, códigos de conducta y ciertos entornos cotidianos de Japón. Sin embargo, normalmente, dichos rasgos son tan manidos y repetitivos que es fácil para el espectador occidental acostumbrarse a ellos e integrarlos dentro de la aparente «normalidad» manganime tras el visionado o lectura de varios títulos. Siguiendo con contextos como el del manga *slice of slife,* pero también de la mayoría de los *shōnen* y *shōjo* manga, quizá uno de los ejemplos más comunes a este respecto es el del famoso festival escolar de otoño que se organiza en los institutos japoneses. En estos eventos se realizan actuaciones, hay puestos de comida, la gente de los alrededores acude a visitarlos, etc. La organización de estos festivales corre a cargo de los propios estudiantes, por lo que no es raro que dicha celebración suela ser retratada en los mangas y las series de anime.[85] Al ser el manganime la ventana de acceso común a Japón, tras la reiteración de estas escenas y patrones, la asimilación de dichos códigos hace que tales escenas pasen a relacionarse antes con el manga y el anime que con el propio Japón. Es decir, para el espectador, incluso en estos casos donde Japón se hace más tangible que en los géneros de fantasía, deportes, ciencia ficción o combates, no es el manganime el que bebe de la realidad, sino que la realidad «se parece» al manga y al anime. De esta premisa es desde la que los fans parten cuando acuden a visitar su Japón soñado: el Japón de los uniformes escolares, el de los festivales, cerezos en flor, visitas a los templos, etc., que continuamente son retratados en los mangas y animes más populares.[86] Es en esa conexión, a veces más

del instituto y la universidad. En este tipo de tramas las relaciones y actividades cotidianas marcan el *leitmotiv* de la historia.

85 Al igual que este evento, son comunes capítulos dedicados a fechas recurrentes como un día de Navidad, un día de vacaciones de verano en la playa, un fin de semana de descanso en un *onsen,* etc.

86 Este tipo de turismo ha sido denominado Turismo de Contenidos *[kontentsu tsūrizumu],* y en Japón lleva operando desde la década de 1990. Cfr. Philip Seaton, Yamamura Takayoshi, Sugawa Akiko y Jang Kyungjae, *Contents Tourism in*

sólida y otras casi inexistente con la realidad, donde las campañas del *Cool Japan* llevan a cabo sus prácticas y donde Japón trata de amoldarse al itinerario que el fan-viajero desea seguir.

Uno de los numerosos ejemplos en los que esto se hizo patente fue la colaboración de la Organización Nacional de Turismo de Tokio (ONTT) con la Asociación de Turismo de Hakone, en 2010, para la mejora el turismo de la región de Hakone, una ciudad al oeste de Tokio que es conocida internacionalmente por sus aguas termales, vistas y lugares históricos. Precisamente, en esta región fue situada la ciudad futurista de Tokio 3 en el popular anime *Neon Genesis Evangelion*. La ONTT y la Asociación de Turismo de Hakone colaboraron con los creadores de *Neon Genesis Evangelion* para crear el *Evangelion Hakone Instrumentality Map: English Version*. En esta versión en inglés, la ONTT tradujo el mapa original y reeditó la información para incluir puntos de interés para los fanáticos del anime en el extranjero. Junto con el mapa diseñaron además el *Cool Japan Poster: Hakone* en el que se presentó al personaje Rei Ayanami posando frente al lago Ashi de Hakone y al Monte Fuji (fig. 11).

A pesar del interés medioambiental e histórico de la región, el gobierno tomó conciencia de que el turismo occidental vendría motivado por el anime del estudio Gainax. Propuestas de este tipo dirigidas a atraer el turismo han sido llevadas a cabo desde entonces en Hakone, siendo la más reciente el proyecto *2020 Meet Evangelion in Hakone*. Mediante dicho proyecto, coincidiendo con el estreno en 2020 de la esperada cuarta película de la saga, *EVANGELION: 3.0+1.0,* Hakone se vestiría con los ropajes del anime como homenaje y reclamo.[87] Según el portal *Nippon.com* recoge:

---

*Japan. Pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture,* Nueva York, Cambria Press, 2017, pp. 3-4.

87 La fecha de estreno de la película fue aplazada entonces debido a los problemas derivados del COVID-19.

*Fig. 11.* Evangelion Hakone Instrumentality Map, *2010.*
*Fuente: ONTT*

Con vistas a tan esperado estreno, el Grupo Odakyu y la compañía hotelera Fujita Kanko están realizando un proyecto conjunto llamado 2020 MEET EVANGELION IN HAKONE para decorar a gran escala Hakone con la atmósfera de Evangelion desde el 10 de enero al 30 de junio, algo sin precedentes en la historia de la ciudad. *Evangelion* nos describe un mundo devastado globalmente tras la catástrofe del Segundo Impacto. Varios chicos y chicas de 14 años que destacan por su sensibilidad se convierten en pilotos de los Evangelion (EVA), unos gigantescos robots de combate tipo humanoide para luchar contra los Apóstoles, unas misteriosas formas de vida. El escenario de la acción es la ciudad fortaleza Tokio-3, construida en la costa norte del lago Ashinoko en Hakone. Aunque los fans de *Evangelion* peregrinan a menudo a su particular tierra santa, desde que Netflix empezó el 6 de mayo de 2019 la emisión en exclusiva de la serie a nivel mundial, las visitas de los turistas extranjeros están creciendo rápidamente.[88]

88 Citado en: *Nippon.com,* 28/01/2020. En línea: <https://www.nippon.com/es/guide-to-japan/gu900133/>. [Consultado: 11/03/2020].

Un año después del *Evangelion Hakone Instrumentality Map: English Version,* en la misma línea, la ONTT publicó el *Japan Anime Map* en inglés para destacar los lugares del país vinculados al anime. Del mapa de 60 x 40 cm se hizo una tirada de diez mil copias además de ser puesto en descarga gratuita en la propia web de la ONTT. Algunas de las localizaciones que el plano recogió fueron las siguientes:

— Info on the real-life settings for Lucky Star, The Melancholy of Haruhi Suzumiya, True Tears, Summer Wars, and other titles.
— Anime-related museums and theme parks such as Sanrio Puroland and the Kyoto International Manga Museum.
— Info on anime-related shopping areas such as Tokyo's Akihabara, Nagoya's Osu Electric Town, and Osaka's Nipponbashi.
— Info on otaku culture topics such as cosplay, figures, and games.
— Info on anime-related events such as Comic Market and World Cosplay Summit.
— Recommended goods for souvenirs such as Gundam plastic models, soft vinyl toys, and Nendoroid figures.[89]

Como este, son numerosos los ejemplos que describen el interés del gobierno japonés por aprehender los mundos del manganime con fines turísticos y económicos. Esta buena acogida de la que goza la cultura popular japonesa desde finales del siglo xx se ha traducido en numerosas guías de viaje dedicadas a los fans extranjeros. En España, cabría destacar, por ejemplo, *Japón para otakus,* publicada en 2018 y escrita por Manuel Hernández y José Andrés Santiago. La guía, dividida en las regiones tradicionales de Japón (Kansai, Kantō, Chūgoku, Chūbu, Tōhoku y Kyūshū), muestra una serie de rutas *otaku* a través de las que encontrar museos, exposiciones, esculturas, tiendas y todo tipo de localizaciones re-

89 Cfr. Loo Egan, «Japanese Gov't Prints English Map to Anime Locales», *Anime News Network,* 17/06/2011. En línea: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2011-06-17/japanese-govt-prints-english-map-to-anime-locales>. [Consultado: 15/02/2019].

*Fig. 12. Contraposición de fotografía del centro comercial Shinjuku Mylord y de un fotograma de la película* El tiempo contigo *(2019), dirigida por Shinkai Makoto. Fuente: CoMix Wave Films*

lacionadas con el ámbito de la cultura popular.[90] En este tipo de guías destacan también aquellos lugares que han inspirado ciertos escenarios en los mangas y animes de corte más realista. Sin duda, en los últimos años las localizaciones utilizadas por ejemplo en las películas de Shinkai Makoto han sido algunas de las más atractivas en este peregrinaje (fig. 12).

90 Cfr. Manuel Hernández y José Andrés Santiago, *Japón para Otakus. Guía de museos, parques temáticos y otros centros de la cultura manganime,* Madrid, Diábolo, 2018.

En el caso particular de Shinkai, resulta paradójico que los rincones de la ciudad recogidos en sus películas no muestren una particularidad japonesa demasiado acuciante (más allá de ciertos carteles y señales de tráfico escritas en japonés). Esto es, en ocasiones, esos lugares de peregrinación del Japón «verdadero» son parques, callejuelas y escenarios urbanos que podrían encontrarse en cualquier otra gran metrópolis. Ello se debe a que en este contexto del imaginario neojaponista, como se ha comentado, lo que prima es el filtro manganime que determina la realidad. Esos espacios no poseen su valor real por pertenecer a Japón, sino por aparecer en los cómics y animes. Estas formas de primacía del imaginario artístico sobre la realidad no solo se dan en los ámbitos de las localizaciones físicas; también en otras experiencias como la de lo culinario y gastronómico están presentes. Como Manuel Hernández recuerda:

> Muchas de las formas de turismo otaku tienen que ver con hacer lo que hacen nuestros personajes preferidos. Por ejemplo, comerse un pastelillo de judías rojas *(dorayaki)* como los que vuelven loco a Doraemon puede ser una forma de turismo otaku si nos trasladamos a Japón.[91]

Como Hernández señala, esto podría hacerse en muchos otros sitios, incluido cualquier país europeo. A pesar de eso, el turismo *otaku* busca degustar en Japón el dulce favorito del personaje favorito de anime. La realidad se revaloriza nuevamente gracias al filtro del manganime. No importa el dulce en sí, su forma o sabor, tampoco la tradición culinaria que, en este caso, recurre al famoso relleno de pasta de judías dulces tradicional presente en muchas cocinas asiáticas. Lo que prima es que es la comida favorita de Doraemon, premisa suficiente para realizar su compra. La expe-

91 Entrevista a Manuel Hernández y José Andrés Santiago en Laura Tejerina, «"Japón para Otakus", un libro sobre turismo de manga y anime», *Cineturismo.es,* 19/09/2019. En línea: <https://www.cineturismo.es/japon-para-otakus-libro/>. [Consultado: 29/10/2019].

riencia real busca imitar así la experiencia manifiesta en el manga y el anime. Esto ocasiona una situación similar a la descrita en los diarios de viaje decimonónicos en los que los autores hablaban de su búsqueda del «Japón verdadero». Por supuesto, aquel Japón imaginado en los años del japonismo que suscitó dicha búsqueda sigue operando a través de sus figuras clásicas: la *geisha,* el teatro kabuki, los talleres de artesanía… Pero otro nuevo imaginario se superpone a este: el de los *maid* cafés, el Comiket, los museos del manga, las tiendas de figuras y videojuegos y, en general, todo aquello que en Tokio opera en torno al barrio de Akihabara y que encuentra réplicas similares en otras grandes ciudades de Japón.

Los diarios de viaje sobre Japón se han sucedido en todas las épocas y en todos los idiomas europeos desde que el archipiélago nipón abriese sus puertas al mundo a mediados del siglo XIX. Dichos diarios encuentran ciertas correspondencias contemporáneas con obras como *Equivocado sobre Japón*. El libro fue escrito en 2002 por Peter Carey tras el viaje que realizó a Japón con su hijo Charley de doce años. El propio resumen introductorio de *Equivocado sobre Japón* cita aquella aventura como una suerte de peregrinaje, motivado por el amor de Carey al Japón clásico y de su hijo, Charley, por el contemporáneo. Al principio de la obra, el escritor explica cómo fue la progresiva inmersión de su hijo (y también la suya propia) en el mundo del Japón contemporáneo mediante ciertos animes y mangas entre cuyos títulos destacó *Akira*. Entusiasmado por el interés de su hijo, Carey vio la posibilidad de escribir un libro sobre la experiencia de un viaje a Japón. De toda la obra destaca, entre otros, el hecho de que Charley solo decidiese aceptar acompañar a su padre después de que le prometiese algo: una vez en el archipiélago explorarían juntos el «Japón verdadero» y no aquel Japón en que estaba interesado su padre.[92]

92 Cfr. Peter Carey, *Equivocado sobre Japón,* trad. de Cruz Rodríguez Juiz, Barcelona, Mondadori, 2008, pp. 18-19.

En un determinado momento la obra narra cómo el muchacho llegó incluso a sentirse traicionado cuando uno de los días su padre lo obligó a asistir a una sesión de teatro kabuki. En torno a este hecho anecdótico recogido en el diario de viajes de Carey pueden extraerse algunas cuestiones sugerentes sobre cuál es ese «Japón verdadero», cuestiones que señalan directamente al Japón creado en torno al imaginario del neojaponismo.

Para comprender el enfado de Charley ha de tenerse en cuenta que al igual que el imaginario que surgió en Europa a mediados del siglo XIX, el imaginario neojaponista también emana del compendio de los ámbitos que lo conforman y que han sido analizados. Entre estos, el universo del manga y el anime se alza como la pieza fundamental, presente en todos ellos. Dicho imaginario vuelve a señalar a Japón como una suerte de utopía, de paraíso estético y fuente de exotismo; y vuelve a traer a colación la idea del «Japón artístico», que Occidente confirió al archipiélago asiático gracias a su éxito internacional en las ferias de arte a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX. A pesar de eso, hay diferencias claves entre la utopía propuesta por el primer imaginario y aquella propuesta por el segundo.

El imaginario japonista ofreció una fuente de escapismo a un mundo premoderno al que la industrialización y las garras de la occidentalización aún no habían apresado. Era el mundo idealizado de las cortesanas, los agricultores y los artistas que, en contacto pleno con la naturaleza, creaban aquellas pinturas de composición simple y elegante que pintores como Van Gogh ensalzaron. Era el mundo primitivo que buscaron con ahínco los intelectuales y artistas europeos de la época. El nuevo imaginario neojaponista, por su parte, propuso una fuente de escapismo igualmente apetecible, pero no en un mundo fijado en un pasado ideal, sino en una esfera distinta. Una esfera en la que ciertos rasgos de la cultura e idiosincrasia del Japón contemporáneo se entremezclaron con grandes dosis de pura fantasía, ciencia ficción, folclore y tradición, configurando un mundo anacrónico

surgido de la mezcolanza entre tópicos antiguos y otros nuevos que dieron a Japón la imagen del país del puro entretenimiento. En opinión de Napier, esta fantasía, dispuesta por este nuevo imaginario, se presenta más contundente, global y organizada que la del japonismo decimonónico:

> Of course, the desire to escape from the mundane and the miserable is hardly restricted to contemporary society. We may remember the nineteenth-century protagonist of the Goncourt novel *Mannette Salomon* who finds in the rich hues and exotic designs of Japanese woodblock prints a marvelous escape from the gray Paris winter, or the Japonisants exclaiming with delight as each produced some exciting new Japanese curio for the dinner party's delectation. But what anime and other forms of fandom offer is a more organized and all-encompassing form of fantasyscape, or what might even be called "alternativity".[93]

Ese sentido de globalidad, de «abarcarlo todo», viene dado por el hecho de que a diferencia del fenómeno japonista decimonónico, Japón ha tenido un papel crucial y definitorio en la construcción del nuevo imaginario. Mientras que a mediados del siglo XIX Japón intervino parcialmente en el japonismo, en el contexto del neojaponismo han sido las campañas gubernamentales como las del *Cool Japan* y demás entidades las que en buena parte han dirigido, promocionado y exportado la imagen contemporánea de Japón. Es decir, en este nuevo contexto Japón no ha sido un agente pasivo, «víctima» del gusto orientalista occidental, sino que ha tenido libertad para tejer y envolverse con esa suerte de manto de estética manga. A través de este, Japón ha promocionado ciertos elementos culturales, atrayendo así la atención de un público ávido por adquirir y consumir dichos productos, los cuales se mueven en todos los ámbitos y que abarcan desde el *merchandising* de las tiendas especializadas de anime y manga hasta otras esferas

93 Napier, *From Impressionism to Anime,* p. 155.

*Fig. 13. Campaña publicitaria* Tokyo Brand, *2015*

más elevadas de la alta cultura. En esta última destacarían, por ejemplo, elementos como el sumo o los famosos baños termales, recogidos y traducidos a través de la estética manga por campañas como *Tokyo Brand,* lanzada en 2015 por el gobierno de la ciudad de Tokio para fomentar el turismo (fig. 13).

Como Jolyon Baraka analizó en *Drawing on Tradition: Manga, Anime, and Religion in Contemporary Japan,* en ciertas ocasiones incluso ámbitos de lo religioso han sido recubiertos por la estética manga.[94] Uno de los casos más significativos en este sentido sería el del templo Ryōhōji, un templo budista de la secta Nichiren ubicado en la ciudad de Hachiōji, al oeste de Tokio, y conocido entre los fans del manganime como el templo *moe*. Como el propio Baraka expuso, son numerosas las instituciones religiosas de las zonas rurales que se están viendo forzadas a cerrar sus puertas

94 Cfr. Jolyon Baraka, *Drawing on Tradition: Manga, Anime, and Religion in Contemporary Japan,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2012, pp. 103-124.

debido a la falta de recursos y feligreses. Debido a esto, algunos templos, como el caso del citado Ryōhōji, se han embarcado en ambiciosas campañas promocionales para mantenerse a flote. Estas campañas han hecho de la estética manga su piedra angular (fig. 14). De este modo, en mayo de 2009, los monjes del templo instalaron un gran letrero de bienvenida justo a la entrada de la puerta principal del templo. La valla publicitaria, que inicialmente estaba destinada a fomentar el interés de los turistas por el budismo, presentaba a las deidades a las que está consagrado el templo bajo la estética *kawaii* y *moe*. Los códigos QR que se adjuntaron al lado de cada una de estas divinidades llevan a los visitantes a un sitio web a través de su escaneo mediante sus móviles, afiliado al sitio oficial de Ryōhōji, que ofrecía información sobre el templo en cuestión.

El nuevo letrero atrajo inmediatamente la atención del público *otaku* de Japón y su interés también se trasladó a los fans extranjeros. Conocedor de la oportunidad de negocio que las imágenes manganime traían consigo y de la buena acogida que el cartel tuvo, el nieto de uno de los feligreses creó la compañía Hachifuku, a través de la cual rápidamente empezó a venderse todo tipo de *merchandising* sobre los dioses del templo recreados bajo la estética manga. Además de eso, la compañía organizó eventos en los terrenos del templo y en otras zonas del área de Tokio en relación a estas deidades. Las prácticas de este tipo continuaron en los años posteriores, siendo lanzados los videoclips *Tera Zukkyun!* (2010) y *Namu X Cyun* (2011), ambos protagonizados por los personajes manga del templo. Toromi, la ilustradora encargada de diseñar aquellos personajes de estética manga en 2009, recordó en una entrevista con Galbraith que, al principio, sintió cierto reparo por llevar a cabo la caricaturización de las divinidades, pero fue el sacerdote principal del templo el que la animó a hacerlo. Según explicó Toromi: «He told me that Buddhism is about helping people live happy lives. I wanted to bring people to the temple and assist

in its mission».[95] A pesar de ello, no han sido pocos los medios que desde entonces han criticado la dependencia que el templo desarrolló de estos particulares promotores, además de señalar la capitalización de esta marca como una lamentable desviación de la tradición budista.

Es este Japón recubierto por la estética manga el que se convierte en el «Japón verdadero», aquel representado por los objetos del neojaponismo que llegan a Occidente y que los viajeros se lanzan a visitar. El Japón tradicional que inspiró en el pasado al japonismo es soterrado, absorbido o, al menos, reinterpretado por el nuevo imaginario. Es en este punto donde deben hacerse algunas matizaciones a los planteamientos de Napier sobre las posibilidades ilustrativas que este nuevo imaginario propone. A través de él, como se citó, la investigadora observaba un cierto dominio por parte de los fans sobre historia, folclore y algunas figuras arquetípicas como los samuráis o los *yōkais* (demonios del folclore popular). En efecto, este conocimiento es tangible y en ocasiones detallado, pero también muy concreto y sesgado, enfocado normalmente tan solo a los elementos que aparecen o se relacionan con el manga o el anime en cuestión. Es decir, enfocado únicamente al objeto de deseo en sí. Así pues, para que este Japón de la tradición se presente como deseable a ojos de este tipo de espectadores, debe ser primero filtrado por la óptica neojaponista. Cuando se produce dicha reinterpretación de los códigos del viejo Japón a través del nuevo filtro, este sufre una revalorización a ojos de ciertos fans-viajeros. Es en este contexto en el que puede entenderse el enfado de Charley, el hijo de Carey, cuando su padre lo llevó a visitar a un artesano de espadas tradicionales o a una actuación de teatro kabuki. Estos elementos, sin el filtro pertinente, estaban lejos del Japón verdadero que su padre le había prometido visitar. Aquel no era el Japón que Charley buscaba.

---

95 Entrevista a Toromi en Galbraith, *The Moe Manifesto,* pp. 87-88.

*Fig. 14. Toromi, cartel promocional* Welcome to Ryohoji!, *2009*

El caso del templo Ryōhōji presenta un buen ejemplo en este sentido. En el contexto del neojaponismo, para la mayoría de la audiencia contemporánea la diosa principal del templo, Benzaiten, no es tan sugerente como su recreación *kawaii* Toro-Benten.[96] Benzaiten es una deidad proveniente del budismo indio que penetró en China y Japón a través de las traducciones del *Sutra de la luz dorada,* el cual incluye un capítulo entero dedicado a esta deidad.[97] En Japón, representa a uno de los siete dioses de la fortuna (siendo la única representación femenina de este grupo) y se

96 La divinidad, en su versión manganime, cambia su nombre por otro más *kawaii,* el de Toro-Benten. Algo que, según Toromi explica, se debió a un error a la hora de guardar los archivos, pero que, finalmente, decidió mantenerse tal cual estaba. *Ibid.,* p. 88.

97 Cfr. Catherine Ludvik, *From Savarastï to Benzaiten,* tesis doctoral, Toronto, Universidad de Toronto, 2001, pp. 188-189.

*Fig. 15. Pintura tradicional de la diosa Benzaiten junto a la recreación* moe *de Toro-Benten, 2010*

la considera la patrona del aprendizaje y de las artes, a menudo descrita sosteniendo un *biwa* [laúd tradicional japonés]. A pesar de que algunos de estos datos serán de interés para los fans más acérrimos, seguramente ni siquiera estos se inmiscuirán en las enseñanzas del budismo o en el estudio del intrincado recorrido de la deidad desde la India hasta Japón. Probablemente los fans extranjeros (e incluso los propios fans japoneses) acudan atraídos únicamente por el puro acto de adquirir la figurita manganime correspondiente y el resto del *merchandising* que acompaña a la deidad (fig. 15).

Como este, son innumerables los ejemplos en los que ciertos aspectos de la tradición y del folclore, tanto japonés como de Asia en general, son reinventados a través de los códigos del manga-

nime. Quizá el más citado a este respecto es el de *Dragon Ball,* una de las series que marcaron el *boom* del manga y el anime en Occidente a finales de la década de 1980. Al igual que en el caso de las reinterpretaciones del templo Ryōhōji, el germen de *Dragon Ball* se asienta en la tradición. Concretamente en el texto *Viaje al Oeste. Las aventuras del rey mono,* obra anónima de finales del siglo XVI que compone una de las llamadas Cuatro Grandes Novelas Clásicas de la literatura china.[98] *Viaje al Oeste* narra la historia del monje chino Tang Sanzang, quien decidió viajar a la India para recopilar una serie de manuscritos budistas, traducirlos y traerlos de vuelta a China, contribuyendo así a que el budismo penetrase y se expandiese por todo el imperio chino. El monje fue acompañado en su travesía por tres inmortales que le ayudaron a enfrentar los peligros con los que se fue topando: un cerdo llamado Zhu Bajie, un demonio de agua llamado Sha Wujing y un mono, rey de la Montaña de las Flores y los Frutos, conocido como Sun Wu-Kong. De entre todos ellos, sin duda, la figura más popular fue la del travieso rey mono, cuya historia de ascenso y caída es recogida en la primera parte de *Viaje al Oeste,* entre el primer y el sexto capítulo. En estos se narran episodios tan representativos como su nacimiento de una roca en la Montaña de las Flores y los Frutos, sus esfuerzos por alcanzar la inmortalidad, la obtención de algunos objetos mágicos como el *bō* [bastón de lucha] robado al rey dragón, su enfrentamiento con los ejércitos celestes y, finalmente, su confinamiento, tras ser derrotado por Buda, bajo la Montaña de las Cinco Fases. Como Akira Toriyama ha reconocido, todos estos elementos le sirvieron para crear a su personaje estrella, Son Goku (inspirado en el propio nombre de Sun Wu-Kong), al que equipó con sus mismos objetos mágicos y al que embarcó en una misión

98 A pesar de que tradicionalmente se la ha asociado con el erudito Wu Cheng'en, su autoría no ha sido confirmada. Cfr. Anónimo, *Viaje al Oeste. Las aventuras del Rey Mono,* introducción y traducción de Enrique P. Gatón e Imelda Huang, Madrid, Siruela, 2014, pp. 36-37.

de búsqueda, semejante a la de los textos budistas de la novela (fig. 16). En el caso del manga, el conocimiento que posibilitan los manuscritos budistas vendría representado por las siete bolas de dragón y por ir acompañado en su peregrinaje por Bulma, impulsora de la idea de buscar las bolas mágicas, el cerdo antropomorfo Oolong y el luchador Yamcha, cerrando así el grupo de cuatro miembros originales.[99] Como es sabido, la historia de *Dragon Ball* no terminó tras reunir las anheladas siete bolas de dragón y la franquicia, desde que apareciese el primer cómic de Toriyama en 1984, no ha dejado de sacar nuevos productos hasta hoy día: videojuegos, figuras, cómics, animes, películas, etc.

En la actualidad, dada su popularidad, algunos de los fans más fervientes son conscientes de las claves culturales de las que partió la idea original tras *Dragon Ball,* aunque probablemente sean pocos los que hayan leído la monumental *Viaje al Oeste* o se hayan interesado más allá de los elementos que el manga recrea. El componente original histórico pasa así a un segundo plano, a una nota a pie de página del manga a la que solo acudirá una parte muy pequeña de los seguidores de la franquicia. A pesar de eso, esta novela experimenta una suerte de revalorización desde su reinterpretación manganime. Una vez filtrada a través de la estética manga ahora resulta accesible a cierta audiencia. La novela se convierte en objeto de interés no por ser una de las grandes obras de la literatura china, sino porque está relacionada con *Dragon Ball*. Evidencia de ello son las otras tres Grandes Novelas Clásicas, *Romance de los Tres Reinos* (s. XIV), *A la orilla del agua* (s. XIV) y *Sueño en el pabellón rojo* (s. XVIII), cuya existencia es prácticamente desconocida para el público europeo y americano en comparación a *Viaje al Oeste*.

99 Cfr. Toriyama Akira en «Spotlight», *Animerica*, 6 (1998), pp. 6-9. En línea: <https://www.kanzenshuu.com/press-archive/animerica-march-1998-spotlight-akira-toriyama/>. [Consultado: 15/03/2019].

*Fig. 16. Ilustración de la portada* La odisea del Rey Mono *(Héroes de Papel, 2021), en la que los personajes de* Dragon Ball *aparecen caracterizados como los de* Viaje al Oeste

Existen otros ejemplos contemporáneos semejantes donde esta reinterpretación de los códigos histórico-culturales a través de la estética manga se hace patente, lo cual demuestra que este fenómeno de aprehensión y reinterpretación perdura en el tiempo y se ha consolidado como una de las piezas clave del manga y el anime. Dentro de la producción contemporánea destacaría el caso del manga de Shiibashi Hiroshi, *Nura, señor de los Yōkai,* publicado entre los años 2008 y 2012. Cabe mencionar que el concepto *yōkai* ha sido traducido a las lenguas occidentales bajo el apelativo de «demonio», pero ha de tenerse en cuenta que estas criaturas tienen una idiosincrasia totalmente ajena a la tradición cristiana.

En este sentido, no deben hacerse las mismas atribuciones que en Occidente se le otorga a los términos demonio o diablo. La palabra *yōkai* se compone de las grafías «calamidad» y «misterioso» y apunta a una realidad más inmanente, en la que dichos seres cohabitan con el mundo de los hombres. Como algunos autores apuntan, su origen se basó, como en la mayoría de las supersticiones, en un intento por comprender y categorizar la naturaleza atribuyendo así los eventos inexplicables como los desastres naturales o ciertas enfermedades a la actuación de estas criaturas.[100]

En el manga *Nura, señor de los Yōkai*, estas criaturas del folclore japonés son nuevamente reinterpretadas y reubicadas en el Japón contemporáneo. Shiibashi dispone una trama en la que los *yōkai* se organizan en todo el territorio japonés siguiendo el modelo de las bandas de la *yakuza*. Esto permite una vez más el sugerente anacronismo entre los ropajes, abalorios y tradiciones del Japón premoderno al que pertenecen los protagonistas y el entorno de las luminosas y tecnológicas ciudades japonesas del presente. Si se observan los diseños planteados en el manga, se aprecia que el autor se inspiró en buena medida en los grabados y las historias tradicionales que hablan sobre el amplio panteón *yōkai*. Sin duda, el ejemplo más relevante en el contexto de las artes japonesas es el rollo ilustrado del *Hyakki Yakō* [Desfile Nocturno de los Cien Demonios], atribuido al pintor Tosa Mitsunobu (1434-1525). Esta obra fue una de las primeras en las que se mostró la procesión de *yōkai,* confiriéndole rostro y forma a esos miedos pretéritos que desde la antigüedad habían habitado en el corazón de los japoneses. Al comienzo de cada capítulo del anime de *Nura, el señor de los Yōkai* se presenta un rollo ilustrado al estilo de Tosa Mitsunobu en el que aparecen retratados los protagonistas del anime.

---

100 Cfr. Michael Foster, *Pandemonium and parade: monsters and the culture of yokai,* California, University of California Press, 2009, p. 13, y Andrés Pérez y Chida Chiyo, *Yokai, monstruos y fantasmas en Japón*, Gijón, Satori, 2013, p. 11.

*Fig. 17. Alusión al rollo ilustrado* Hyakki Yakō *en* Nura, señor de los Yōkai, *2010. Fuente: Shueisha y Norma Editorial*

En este, Nurarihyon, el *yōkai* que según el folclore comanda el desfile aparece dibujado al inicio del rollo ilustrado de la versión manganime (fig. 17).

A pesar de que el rollo ilustrado del *Hyakki Yakō* pertenece al período Muromachi, fue en el período Edo, especialmente entre los siglos XVII y XVIII, cuando la iconografía sobre estos seres se asentó y se amplió de la mano de ciertos artistas como Toriyama Sekien.[101] En este período se produjo el desarrollo de una rica cultura editorial que, apoyada en una progresiva alfabetización de la sociedad, favoreció la aparición de un gran número de obras de todo tipo. En este contexto, el tema de los fantasmas y monstruos

101 Cfr. Daniel Sastre, *El Desfile de los Cien Demonios como génesis de la imagen sobrenatural en Japón* [introducción a la exposición *Yōkai: iconografía de lo fantástico*], Madrid, Fundacion Japón, 2018. En línea: <https://www.fundacionjapon.es/es/Actividades/Arte-y-Cultura/evento/228/exposicion-yokai-iconografia-de-lo-fantastico>. [Consultado: 25/03/2019].

del folclore fue ampliamente popular entre la población. Como Sastre señala sobre la obra del citado artista:

> Eran obras eminentemente gráficas y en cuya ejecución Sekien heredó la iconografía establecida para los seres sobrenaturales pero, en un elevado número de ocasiones, se inventó directamente a estos entes. Debido a la gran popularidad que experimentó su obra, creó una nueva imagen de lo sobrenatural de la que aún se nutre mucho del imaginario colectivo japonés actual.[102]

Los diseños y descripciones de estas obras también fueron reinterpretados mediante la estética manga en *Nura, señor de los Yōkai,* es decir, existe una correspondencia evidente entre los diseños tradicionales y la versión manga de Shiibashi. Lo que interesa en primera instancia al consumidor del contexto del neojaponismo es la segunda, la reinterpretación manganime. Una vez ha accedido a dicha reinterpretación, quizá los fans más entusiastas decidan acceder a algunas de las fuentes originales. El caso contemporáneo del fenómeno *yōkai* es significativo a este respecto, ya que a pesar de los esfuerzos que llevaron a cabo etnólogos como Yanagita Kunio a principios del siglo XX por revitalizar estas leyendas y criaturas propias del folclore japonés, han sido los productos del manganime los que han logrado popularizar y promocionar estas criaturas.[103] El problema es que la mayoría de los consumidores desconocen a qué tradición o arquetipos tradicionales remiten; es decir, que estos elementos se presentan de manera descontextualizada, dejando a este tipo de investigaciones etnológicas y fuentes artísticas, al igual que en el caso de *Viaje al Oeste,* como una mera nota a pie de página del manga o el anime en cuestión.

Se crea así un conocimiento en torno a ciertos elementos del universo *yōkai,* pero de manera meramente superficial y, en la ma-

---

102 *Ibid*.

103 Cfr. Yanagita Kunio, *Mitos populares de Japón: leyendas de Tōno,* trad. de Mariló Rodríguez del Arisal, Madrid, Quaterni, 2013, pp. 3-11.

yoría de los casos, prácticamente inexistente. Se produce con ello una suerte de desconexión entre el elemento tradicional originario y su correlato contemporáneo. En el contexto neojaponista, lo que queda únicamente de aquellos antecesores es una cáscara hueca y vacía que sirve de soporte para albergar «otra cosa». Esta nueva entidad ya tiene valor por sí misma, distanciada casi totalmente de su fuente original. Incluso supera en grado de popularidad y fama internacional a los elementos que sirvieron de inspiración a los animadores y *mangakas*. El caso más evidente a este respecto, dentro de la nueva moda *yōkai,* ha sido el videojuego *Yōkai Watch,* cuya primera edición fue lanzada en el año 2013. Este recupera a los *yōkai* a través de los códigos de la estética *kawaii,* proponiendo una aventura en la que ir capturándolos y haciéndolos combatir entre sí. *Yōkai Watch* hace suyo, así, el *leitmotiv* de la famosa y exitosa franquicia *Pokémon*. Entre los adorables «demonios de bolsillo», destinados una vez más a ser coleccionados tanto en el videojuego como a través de las tiendas de *merchandising,* se encuentran figuras mitológicas de toda índole. Incluso los citados Sun Wu-Kong o la diosa Benzaiten encuentran su recreación *kawaii* en el mundo de *Yōkai Watch*. No importa tanto su origen, historia o incluso si verdaderamente los monstruos representados tienen su referencia en la figura del *yōkai* o si, por el contrario, remiten a otra criatura del panteón mitológico; lo que prima es su carácter adorable, su colorido e infantil diseño y, sobre todo, su aspecto coleccionable (fig. 18).

Como puede observarse, en este contexto en el que operan factores como el del mercado, la industria del entretenimiento y la reapropiación de la cultura tradicional con objetivos lucrativos y de autopromoción del país, el imaginario neojaponista muestra diferencias importantes con el del japonismo. En efecto, ambos fenómenos apuntan a la idealización utópica de Japón, pero sin duda las maneras de actuar varían sustancialmente.

Según lo expuesto hasta ahora, el eje en torno al que gira el imaginario neojaponista es el de la cultura popular. La compren-

*Fig. 18. Portada del videojuego* Yōkai Watch 4, *2019.*
*Fuente: Level-5*

sión del neojaponismo pasa así por entender cuáles son las características de dicha cultura del entretenimiento, así como las causas históricas que desencadenaron su aparición. Como cabe imaginar, los autores y artistas contemporáneos nipones han contado con una perspectiva temporal amplia a la hora de valorar el *boom* internacional de Japón, tanto del siglo XIX como a finales del siglo XX. Dicha perspectiva ha permitido una reflexión profunda de estos intelectuales sobre las conexiones con Occidente en el proceso de formación de la cultura popular contemporánea. De este modo, si se desea hacer un análisis crítico del imaginario neojaponista, más allá de los tópicos y las imágenes reduccionistas que buscan simplemente enlazar ambos fenómenos (decimonónico y contemporáneo) de un modo descontextualizado y simplista, el discurso de estos investigadores sobre la cultura del entretenimiento de su país se presenta como pieza fundamental. Si hasta ahora se han identificado varios de los ámbitos del neojaponismo a partir de algunos de los elementos de la cultura popular nipona,

cabe a continuación realizar un análisis crítico de dicha cultura popular. Antes de incidir en esta crítica, conviene establecer un breve recorrido por algunos de los factores que expliquen el definitivo *boom* por lo japonés a finales del siglo XX.

# CAPÍTULO 2
# ENCUENTROS Y DESENCUENTROS CON OCCIDENTE: HACIA EL ORIGEN DE LA CULTURA POPULAR JAPONESA

A partir de mediados del siglo XX, con la ocupación y el acuerdo de colaboración y protección (conocido como *Anpo*) con Estados Unidos, la realidad política, social y económica de Japón empezó a experimentar profundos cambios. Después de recuperar su autonomía en 1952, el archipiélago perdió el miedo a una invasión o anexión de corte colonial, además de conseguir respaldo político, económico y militar de Estados Unidos. Desmantelado su ejército (quedando tan solo operativas las llamadas fuerzas de autodefensa), el país acordó no intervenir militarmente en el exterior. Así pues, perdida su capacidad de *hard power,* a través del cual gestionó sus relaciones con las naciones asiáticas y Estados Unidos en la época de contienda bélica, lo único que le quedaría a Japón en los años sucesivos sería su *soft power*. Es decir, su única baza a la hora de seguir expandiendo su influencia por el mundo sería su influencia cultural, en la cual los productos de la cultura popular obtendrían un gran reconocimiento internacional. Es precisamente en ese contexto en donde la idea del Japón artístico volvió a ganar fuerza y donde el país mostró abiertamente inclinaciones autoorientalistas en el uso de esa imagen que volvía a relacionarlo con el placer y el entretenimiento. Sean Golden ha sido uno de los investigadores que ha dado una definición demarcada sobre este proceso que emana del orientalismo clásico:

> 'Self-orientalism' (sometimes referred to as 'auto-orientalism') by means of which an 'Eastern' author distorts the representation of his or her own culture by presenting it or explaining it to the 'West' within

> the terms of the orientalist Western discourse or within the 'Western' value system.[1]

En este sentido, el autoorientalismo se identifica por tanto con las representaciones estereotipadas de una cultura que llevan a cabo los integrantes de dicha cultura, con el fin de hacerla concordar con los estereotipos de las imágenes que tienen los occidentales. Como Ana Trujillo apunta, «el auto-orientalismo reproduce imágenes reduccionistas, estáticas, atemporales de su propia cultura que se adaptan al gusto occidental». La investigadora señala además que es importante tener en cuenta este tipo de procesos a la hora de analizar las formas en las que el Japón contemporáneo se relaciona con Occidente a través de ámbitos como el arte o la subcultura.[2] Estos modos de simplificación y reducción de la realidad histórico-social y artística de Japón contribuyen en numerosas ocasiones a establecer asociaciones directas, e igualmente reduccionistas y sesgadas, entre el Japón premoderno y el actual. Es decir, contribuyen a tender puentes que pasan por alto aquello que acontece entre los dos focos de interés en cuestión. Ciertas exposiciones y catálogos de arte se complacen, así, en conectar esos tópicos o imágenes estáticas del mundo premoderno con los del actual, con el fin de obtener un mapa mental simple y sencillo desde el que ubicar al espectador-consumidor. De esta forma, es importante diferenciar entre los estudios comparativos, debidamente fundamentados en el terreno de lo artístico, social, político, estético, etc., y el trasvase directo, reduccionista y simplificado entre dos períodos de tiempo muy alejados entre sí. En el primero de los casos, las comparativas críticas entre la actualidad y un período pretérito pue-

1 Golden señala ejemplos claros de este tipo de orientalismo a través de autores como Nitobe Inazō y su obra *Bushido* y Okakura Kakuzō y su famoso ensayo *El libro del té,* entre otros. Cfr. Sean Golden, «Orientalism in East Asia. A theorical model», *Inter Asia Papers,* 12 (2009), p. 9.

2 Cfr. Trujillo, *La identidad como estrategia en la obra de Murakami Takashi,* pp. 36-37.

den ayudar a plantear puntos de vista importantes sobre cómo se han desarrollado ciertas derivas históricas, económicas, artísticas, etc. En el caso de la estética, permite una comparativa entre dos imaginarios estéticos surgidos ambos en contextos de japonofilia, que parten de una construcción orientalista del mundo y que han forjado buena parte de los tópicos occidentales sobre «lo japonés». Estudios de este tipo deben contar con el suficiente rigor científico y bibliográfico y haber sido, al menos en parte, elaborados sobre el terreno de estudio en cuestión (en este caso Japón).

Diferente es el trasvase descontextualizado y excesivamente simplificado entre el Japón premoderno y el actual en el que, por ejemplo, han incurrido autores como Philippe Forest. Según el francés expuso en un artículo en 2002 para la revista *Art Press:*

> Il est même troublant de constater à quel point s'apparentent l'un à l'autre le mythe du Japon pré-moderne et le contre-mythe du Japon post-moderne de telle façon que le second apparaît bien souvent comme le pur décalque inversé du premier. Depuis le temps des premiers voyageurs occidentaux découvrant le Japon de Meiji, seuls les costumes et les décors ont changé. La fascination érotique pour la «shojō» a remplacé celle éprouvée naguère pour la «mousmé». Le goût esthétisant pour la «manga» s'est substitué à celui marqué autrefois pour l'estampe. Le «sarariman» et l'«otaku» d'aujourd'hui constituent comme le moine zen et le samouraï d'hier les figures creuses et interchangeables d'une humanité définitivement autre, déclarée impénétrable et irréductible aux valeurs de l'occident et, pour cette raison même, propice aux projections les plus délirantes. Aujourd'hui, pour les écrivains français, aux promenades dans les quartiers pittoresques de Gion et du vieux Kyoto se succèdent les errances dans les quartiers du nouveau Tokyo nocturne de Shinjuku ou de Shibuya. Mais sur le fond, rien n'a changé.[3]

3 Philippe Forest, «Post-japonisme ou néo-japonisme», citado en Béatrice Rafoni, «Le japonisme culturel dans la France contemporaine: un défi à l'américanisation?», en Olivier Dard y Hans-Jürgen Lüsenbrick (eds.), *Américanisations et anti-américanisations comparés,* Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2008. En línea: <https://books.openedition.org/septentrion/39102?lang=es#ftn11>. [Consultado: 27/03/2019].

Este tipo de declaraciones, que toman al Japón contemporáneo «como la pura copia inversa» del premoderno son comunes en Occidente. Discursos como el de Forest, en efecto, plantean que las diferencias entre un Japón y otro son mínimas, habiendo cambiado tan solo algunos elementos como «los trajes y el paisaje». Así, la fascinación por la *mousmé*[4] que describiese Pierre Loti en *Madama Crisantemo* encuentra su correspondencia directa en las protagonistas del manga *shōjo,* el *ukiyo-e* en el cómic japonés y la figura del samurái y su afiliación a los preceptos del bushido en el *salaryman.* Para los que abanderan este tipo de discursos «nada ha cambiado».

Este relato, al que en ocasiones tiende Occidente, plantea un salto histórico que deja fuera el complejo recorrido trazado por Japón desde mediados del XIX hasta hoy día. Tal recorrido llevó al país a embarcarse en un proceso modernizador y autooccidentalizador sin precedentes, a rearticular ciertos discursos que ya existían sobre la superioridad cultural nipona en el contexto nacionalista e imperial, a las campañas colonialistas con el fin de alcanzar el estatus de potencia y, finalmente, a la derrota y ocupación extranjera del archipiélago por primera vez en la historia. La recuperación económica y política que sobrevino después, bajo los preceptos de Estados Unidos y en el contexto de la Guerra Fría, fue un proceso igualmente complejo que llevó al país a convertirse en lo que hoy en día es. Más adelante se incidirá en el contexto concreto de revitalización económica sin el cual, por ejemplo, no pueden comprenderse los motivos por los que surgió la peculiar cultura popular que hoy prevalece en Japón.

---

4 Se trata de una adaptación al francés de la palabra japonesa *musume,* la cual se traduce por 'joven'. «*Mousmé* es una palabra que significa jovencita, o mujer muy joven. Es una de las palabras más bonitas de la lengua nipona; parece que haya en esta palabra algo de *moue* (en el gentil y gracioso *morrito* que ellas ponen), y, sobre todo, de la *frimousse* (de la *carita,* del *palmito* irregular suyo). La emplearé con frecuencia, no conociendo en francés ninguna otra equivalente». Pierre Loti, *Madama Crisantemo,* trad. de Vicente Díez Tejada, La Coruña, Ediciones del Viento, 2006, p. 51.

En este sentido, no resulta extraño que en Japón ciertos investigadores y especialistas del ámbito de la cultura popular hayan llamado la atención sobre estos procesos y cambios que acontecieron en el país asiático. Los estudios que autores como Azuma Hiroki y Ōtsuka Eiji, entre otros, han llevado a cabo, parten de ciertos elementos que la visión reduccionista y orientalista occidental simplemente pasa por alto. Al fin y al cabo, para los fans europeos y americanos la eclosión de la cultura popular contemporánea japonesa acontece de manera natural y espontánea. El consumidor occidental no se detiene a reflexionar sobre los modos de reformulación de ciertos aspectos tradicionales que se producen a través de los códigos de la cultura del entretenimiento o en los motivos de la aparición de nuevas realidades y categorías que surgen en el seno de dicha cultura popular. Usualmente, estos fans simplemente consumen dichos productos a la vez que establecen asociaciones reduccionistas entre estos y Japón. Es importante recalcarlo ya que, a diferencia de lo que ocurre con otros países, normalmente, los seguidores de la cultura popular nipona se proclaman también amantes de la cultura japonesa. Es decir, se produce una confusión e imbricación entre el Japón real y el Japón imaginado a partir de los productos de la cultura popular.

Cabe llamar la atención sobre este tipo de cuestiones, ya que consideramos que un aspecto cultural tan significativo como lo es el de la cultura popular contemporánea no debe ser aprehendido de forma simplificada y reduccionista. Algunas de las críticas y reflexiones que han llevado a cabo ciertos autores, como los mencionados Azuma y Ōtsuka, han sido erigidas desde la figura del *otaku*, uno de los elementos protagonistas en el ámbito de la cultura japonesa con amplia presencia en las teorías derivadas de artistas como Murakami Takashi. Hemos considerado importante incidir en algunas de las derivas históricas y teóricas a las que estos investigadores señalan, con el fin de nutrir el análisis y, en definitiva, ofrecer un mapa teórico lo más sólido posible desde el que comprender algunos aspectos del Japón contemporáneo en torno al cual se ha consolidado el imaginario del neojaponismo.

Entre dichas derivas, uno de los factores más determinantes es la historia de encuentros y desencuentros que Japón y Occidente volvieron a protagonizar a lo largo del siglo XX. Al igual que en el período decimonónico, la relación estuvo marcada por un fervor inicial por lo occidental, acaecido durante el período Taishō (1912-1926). A este fervor inicial lo sucedió, nuevamente, un distanciamiento crítico de Occidente en favor de «lo japonés» llevado a cabo desde los ámbitos intelectuales y gubernamentales, que se potenciaría durante las primeras décadas del período Shōwa (1926-1989). La diferencia que aconteció a principios del siglo XX estribó en que Japón no volvió a optar por reclamar su puesto en el mundo mediante, únicamente, la promoción internacional de su cultura y su arte, como hizo en la segunda mitad del siglo XIX a través de las exposiciones universales y las ferias de arte internacional. Ya en la primera década del siglo XX el archipiélago asiático se alzaba como una potencia militar en auge, capaz de hacer frente a las potencias occidentales (e incluso derrotarlas, como demostró en 1905 contra Rusia). Esto llevó a una escalada de tensiones durante la primera mitad del siglo XX que culminaron en la guerra del Pacífico. Tras su derrota, Japón entraría nuevamente en el ciclo de amor y odio con Occidente, esta vez, en concreto, con Estados Unidos, su nuevo padre cultural. Entender algunos de los planteamientos en los que autores como Azuma, Okada, Ōtsuka y el propio Murakami inciden, conlleva situar este complejo contexto de relaciones internacionales, así como introducir algunos de los procesos históricos que culminaron en el llamado «milagro económico japonés», acaecido tras la posguerra. Sobre este último se erigió el *boom* de la cultura popular nipona, el cual trajo consigo antiguos debates sobre el papel de Japón en el mundo, la reivindicación, nuevamente, de «lo japonés» a través del arte y la posibilidad de aprovechar en lo económico el nuevo gusto desarrollado por Occidente en torno a Japón.[5]

5 A pesar de que defendemos la importancia de un análisis que englobe estas derivas históricas a la hora de fundamentar la aparición del neojaponismo,

### 2.1. El rechazo de la modernidad occidental

En el contexto prebélico japonés suele incidirse en los acontecimientos acaecidos en el caótico período Meiji y en el militarista período Shōwa, en el que los discursos políticos y del ámbito intelectual se irían tornando cada vez más radicales y nacionalistas. Estos análisis a veces pasan por alto el corto período que aconteció entre medias, el período Taishō, el cual sirvió como catalizador entre la mentalidad de Meiji y Shōwa. Conviene hacer algunas matizaciones a este respecto desde las que situar la escalada bélica que se produciría a mediados del siglo xx.

Así pues, puede afirmarse que los esfuerzos de la modernización trazados en Meiji se consolidaron en el período Taishō. Antes de llegar la década de 1930, en la cual se potenciaron los discursos sobre la superación de la modernidad y la reivindicación de Japón y Asia frente a Occidente, Taishō se alzó como una época de estabilidad, de liberalización política y de significativos cambios sociales. En torno al año 1920 Japón creció exponencialmente, llegando la capital a superar los dos millones de habitantes y Osaka, otro de los principales focos neurálgicos del país, el millón. En estos años Japón avanzó hacia una sociedad de masas protagonizada, por un lado, por una nueva clase burguesa occidentalizada y, por otro, por una clase obrera que empezaba a consolidarse y a organizarse políticamente. Movimientos en defensa de los derechos de la mujer también tuvieron cabida en este contexto, siendo el caso de la

somos conscientes de la dificultad que conlleva. Como se constatará a lo largo de las siguientes páginas, la conformación de la cultura popular japonesa contemporánea obedeció a complejos fenómenos que se relacionan con ámbitos como la economía, el arte, la crítica cultural, la política y la filosofía. En este sentido, solo algunos aspectos concretos de estos ámbitos serán analizados pormenorizadamente mientras que otros, a pesar de que serán referidos y abordados, recibirán un tratamiento menos exhaustivo. Esto se debe, entre otras cosas, a que un estudio en profundidad de dichos ámbitos puede ocasionar una pérdida del rumbo de este libro, así como una extensión excesiva del mismo.

*Shinfujin Kyokai* [Asociación de las Mujeres Nuevas], fundada en 1919, el más significativo.[6]

En cierto sentido, puede afirmarse que la occidentalización de los ámbitos institucionales, pero también culturales, potenciados en el período Meiji, caló finalmente en la mentalidad de la sociedad Taishō.[7] Esta occidentalización de la vida cotidiana impulsó la traducción al japonés de numerosas obras de literatura occidental, así como el fortalecimiento de industrias del entretenimiento como la del cine, la cual, mediante las películas occidentales, encandiló con sus historias de amor y sus *happy end* a toda una generación de jóvenes. Esta generación estuvo representada por los *mobos [modern boy]* y *mogas [modern girl],* quienes, en este nuevo ambiente, se convirtieron en el símbolo urbano de la época.

En definitiva, en estas primeras décadas del siglo XX la consolidación de la cultura occidental en Japón, que tanto temieron autores como Kipling, Loti y Hearn, alcanzó sus máximas cotas. Si en el siglo XIX estos autores lamentaban cómo el Japón tradicional estaba siendo progresivamente soterrado por la influencia de Europa y Estados Unidos, en el año 1923 autores como Blasco Ibáñez confirmaron la desaparición de aquel Japón idílico.[8] Ya por aquel entonces, en este contexto de repunte económico, político y de ciertas libertades sociales, el periodista Luis de Oteyza señaló un fenómeno clave: la potencia de un mercado japonés que, de seguir creciendo, acabaría invadiendo Occidente. En palabras del propio Luis de Oteyza:

---

6 Dentro de la *Shinfujin Kyokai* nombres como Hiratsuka Raichō se alzaron como verdaderos símbolos del activismo en pos de los derechos de la mujer. Cfr. Manuel de Moya, *La imagen de Japón en España. Prensa, propaganda y cultura (1890-1945),* tesis doctoral, Córdoba, Universidad de Córdoba, 2019, pp. 90-91.

7 En este contexto, algunos investigadores han señalado la relevancia que tuvo la Primera Guerra Mundial en la cual Japón, en un segundo plano, no se vio tan afectado económicamente como otras naciones. Además, tras la contienda, el archipiélago recibió amplios territorios en el Pacífico a costa de Alemania.

8 Cfr. Vicente Blasco Ibáñez, *La vuelta al mundo de un novelista,* Valencia, Prometeo, 1924, p. 184.

> Las tres palabras «made in Japan» son las que verdaderamente expresan el peligro amarillo. La invasión de los mercados mundiales con los productos de su Industria maravillosa, lanzados por su Comercio, competentísimo, la realizaban los japoneses. ¡Vaya si la realizan! [...]. Cuando logren vencer las dificultades aduaneras de importar a las grandes naciones que les coartan, el mundo entero comprará en el Japón todo lo que necesite. Y lo que no necesite, también.[9]

Es significativo que el periodista español relacionase estos efectos en el mercado con el llamado «peligro amarillo». En efecto, desde entonces, también en el terreno de la competitividad económica y comercial, Japón sería asumido en ocasiones como un verdadero rival, capaz de superar a las grandes economías mundiales.

A pesar de este contexto de bonanza y de apertura a los valores occidentales, para investigadores como Rodao las debilidades de la era Taishō fueron evidentes. A pesar de que comúnmente se refiere a esta época como la «democracia Taishō», a la cual algunos consideran el precedente histórico del actual sistema democrático, en opinión de Rodao dicha democracia solo fue «un medio para ensalzar el Imperio, el país o al emperador, no un fin en sí misma».[10] Aquel ensalzamiento de lo nacional que pronto entraría en sintonía con las políticas imperiales fue aprehendido por un amplio número de intelectuales a principios de la era Shōwa. Como Kevin Doak afirma, lo que se derivó del período Taishō, en el cual ciertos valores occidentales finalmente penetraron en la mentalidad nipona, fue una sensación de pérdida y anhelo por parte de algunos intelectuales del momento.[11] Aquella pérdida del acceso inmediato a la tradición fue crucial en el pensamiento de intelectuales como los de la Nihon romanha [Escuela romántica

9 Luis de Oteyza, *En el remoto Cipango,* La Coruña, Ediciones del Viento, 2013, p. 28.

10 Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 60.

11 Cfr. Kevin Doak, *Dreams of Difference. The Japan Romantic School and the Crisis of Modernity,* California, University of California Press, 1994, p. xix.

japonesa], centrados en aquellos años de cuestionamiento de la modernidad a través de lo que Anthony Smith ha denominado un *ethnic revival*.[12]

En aquel contexto es donde se sitúan figuras como la del esteta Kuki Shūzō y la citada Escuela romántica japonesa, así como otros filósofos, etnógrafos y escritores como Watsuji Tetsurō, Yanaguita Kunio, Tanizaki o el grupo que conformó la llamada Escuela de Kioto, entre otros. En las teorías de todos ellos se observa una fuerte presencia de elementos patrios y nativos que hundían sus raíces en la tradición histórica, artística y religiosa de Japón. Elementos que abarcaron rasgos tan amplios como el clima *[fudō]* en Watsuji, el folclore y la etnicidad en Yanagita y los autores de la Nihon romanha, la elegancia tradicional *[iki]* del Japón premoderno en Kuki o ciertos aspectos del zen en el pensamiento de los autores de la Escuela de Kioto. A partir de ellos, estos autores potenciaron la diferenciación entre los modos de hacer y pensar de Occidente y los de Oriente.

Así pues, este grupo de intelectuales mostró una clara tendencia a acudir al pasado y a elementos de la tradición sobre los que elaborar sus discursos, los cuales, paradójicamente, siguieron una metodología y una estructura similar a la de los intelectuales de Occidente.[13] Entre estos retornos al pasado, investigadores como Harootunian han observado un notable énfasis en la recuperación del Japón Edo como representante del Japón premoderno:

> During the 1920's and early 1930's there was an inordinate impulse to recapture the image of a unified cultural order in Edo Japan and its

12 «Is at one and the same time an attempt to preserve the past and to transform it into something new, to create a new type upon ancient foundations, to create a new man and society through the revival of old identities». Anthony D. Smith, *The Ethnic Revival,* citado en *ibid*., p. xviii.

13 Cabe mencionar que muchos de los grandes nombres de la filosofía nipona de aquella época tuvieron contactos directos durante sus años de formación en Occidente con filósofos como Heidegger, Husserl y Sartre, entre otros.

> spoliation by capitalism. We might call this move 'Edoviewing'. It was driven as much by a general dissatisfaction with modernity as it was by nostalgia.[14]

Como Gluck apostilló en su escrito *The invention of Edo,* esta «recuperación» obedeció a un constructo histórico-cultural más que a una realidad, en el cual el período Edo se presentó como depositario de las tradiciones asociadas a la distintividad japonesa.[15] Siguiendo la estela de estos autores, Marc Steinberg llega a hablar de un Edo *boom* en relación a este aumento de la popularidad del Japón samurái gobernado por los Tokugawa. Un Edo *boom* que no solo acaeció en la década de 1930, sino que también se alzó como pieza fundamental durante las décadas de 1980 y 1990, en los años de la posmodernidad.[16] En esta segunda ola cabrá situar a autores como Okada Toshio y a artistas como Murakami Takashi. Así pues, según los argumentos de Steinberg, aquel retorno a Edo se produjo en Japón en dos momentos de su historia en los cuales cierto desencanto e intento por superar la modernidad estuvieron vigentes. Por supuesto, existirían obvias diferencias entre las maneras de asimilar este pasado idealizado por parte de los pensadores de las décadas de 1920 y 1930 y los intelectuales de la posmodernidad. Para los primeros, Edo se presentó como un pasado que había desaparecido, pero que, sin embargo, aún podía resucitarse de una forma u otra. En el caso del segundo grupo, en la década de 1980, ese Japón Edo representó, según Steinberg, el «lost-but-not-forgotten autentic Japan, the pre-Western "outside" of modernity».[17] Es decir, a finales del siglo XX, Edo se hacía accesible

14 Harry D. Harootunian, *Overcome by Modernity: History, Culture, and Community in Interwar Japan,* Princeton, Princeton University Press, 2000, p. 198.
15 Cfr. Carol Gluck, «The invention of Edo», en Stephen Vlastos, *Mirror of Modernity: Invented Traditions of Modern Japan,* California, University of California Press, 1998, pp. 262-263.
16 Cfr. Marc Steinberg, «Otaku consumption, superflat art and the return to Edo», *Japan Forum,* 16 (2004), p. 449.
17 *Ibid*.

únicamente en términos de su relación con el presente. Como un espejo a través del cual aquel presente se contemplaba y pensaba a sí mismo.

Aunque aún deberían transcurrir cinco décadas entre el Japón de 1930 y el de 1980, es importante tener en cuenta que ciertas tendencias intelectuales se mantuvieron. En cierta manera, parece como si Japón, a pesar del abrazo a Occidente en el período Meiji y sobre todo en el período Taishō, nunca hubiese llegado a integrar como propia aquella modernización importada desde Europa y Norteamérica. Es decir, como si en los momentos de desencanto con la modernización tuviese un lugar al que acudir, precisamente, para sortearla. Ese lugar no sería otro que el Japón previo al contacto con Occidente. Como Doak afirmó, esta manera de pensar, estos intentos de retorno a lo étnico y tradicional, no fueron exclusivos de la mentalidad japonesa, sino que también las naciones occidentales hicieron gala de ello. Sin embargo, para Japón, la modernidad, entendida como un fenómeno importado, se presentó en estas épocas de desencanto como algo verdaderamente ajeno, perteneciente a una tradición foránea. Es decir, en el contexto de la década de 1930 (aunque pueden hacerse ciertas comparativas con las décadas de 1980 y 1990), los japoneses experimentaron la modernidad como un desarrollo específico arraigado en el Otro, no como algo connatural a la historia trazada por Japón. Debido a la distancia en el tiempo y el espacio que separaba su propia experiencia de la modernidad de los europeos, muchos intelectuales japoneses buscaron retrotraerse a los orígenes históricos de la modernidad en Japón con el fin de redefinirla.[18]

Aún deben analizarse algunas derivas previas a la llegada de esas décadas de 1980 y 1990 en las que la cultura popular experimentó un auge internacional. Derivas que, como la del Edo *boom* de 1930, encuentran sus resonancias en el Japón de finales del si-

18 Cfr. Doak, *Dreams of Difference,* p. xix.

glo XX y en algunas de las teorías artísticas y estéticas de la época. Entre estas otras derivas cabe destacar el nuevo vínculo emocional que Japón volvió a restablecer con Occidente, esta vez, concretamente, con Estados Unidos, su principal enemigo en la guerra del Pacífico.

### 2.2. El nuevo vínculo con Estados Unidos

Apenas una década y media tras el inicio de la era Shōwa, Japón, aliado de Italia y Alemania, se vio inmerso de lleno en la Segunda Guerra Mundial. Pese a las victorias iniciales y la contundencia de su poder militar al inicio de la guerra, poco a poco el país fue perdiendo sus territorios anexionados y empezó a ser cercado por las fuerzas enemigas. Aun así, en los últimos años de contienda en el archipiélago asiático la situación se presentaba complicada para los aliados. La extraordinaria maquinaria propagandística nipona seguía animando al pueblo a no decaer. En estas campañas de propaganda los discursos del pasado cultural, sublimados, fueron puestos al servicio de la nación, siendo el más conocido aquel sobre la figura de los *kamikaze* [viento divino].[19] Se conoció como *kamikaze* a los tifones que asolaron la costa nipona en los años 1274 y 1281 y que acabaron con las flotas mongolas que se disponían a invadir el país. Esta denominación, «viento divino», hacía referencia a la protección divina de la que gozaba Japón. En aquellos años de la guerra del Pacífico en los que el emperador, descendiente de la diosa Amaterasu según el sintoísmo, veía su país nuevamente amenazado, el *kamikaze* volvió a asolar los barcos enemigos. A los suicidas se les dio el nombre de *gyokusai* [joya destrozada], aumentando así aún más el discurso heroico

19 Lo cierto es que la pronunciación correcta sería la de *shinpū* [viento divino]. La pronunciación *kamikaze* derivó de un error de traducción de los estadounidenses durante la Segunda Guerra Mundial. En este libro hemos decidido mantener la forma más extendida en la actualidad.

y patriota que debía inspirar al resto de la nación. Como Rodao afirma, estos discursos, la censura, la propaganda, la solidaridad con el destino del país y un punto de vanas ilusiones consiguieron mantener en jaque al derrotismo en la esfera pública. En aquellos momentos de fervor, Tokio incluso llegó a criticar a la Alemania nazi por no haber sido capaz de sacrificarse hasta las últimas consecuencias, lo cual confirmaba su inferioridad espiritual.[20] Las experiencias en Okinawa e Iwojima dieron una idea aproximada a Estados Unidos de la gran cantidad de bajas que acontecerían en caso de una invasión de las islas centrales, pero a pesar de eso el desembarco no podía retrasarse mucho más. Había de tomarse una resolución.

Finalmente, se resolvió lanzar las bombas nucleares sobre Hiroshima y Nagasaki el 6 y 9 de agosto de 1945. Tras su detonación, Japón capituló. El bombardeo atómico permitió a Estados Unidos zanjar una guerra que, de otro modo, preveía alargarse durante años. También el bando militar japonés encontró en aquel horripilante acto un medio desde el que elaborar un discurso sobre la rendición. Un discurso necesario, más aún tras la declaración de guerra de los soviéticos el 8 de agosto, cuyo avance, de producirse, habría llevado a Japón a una rendición igualmente inevitable. En palabras de Rodao:

> Las bombas atómicas cambiaron la narrativa: la ciencia allanaba una derrota más aceptable, pues permitía culpar a los militares solo indirectamente de la derrota […]. Las bombas permitieron esconder el hambre y la creciente desmoralización de una población que huía en desbandada de las ciudades, y de una élite consciente de la inutilidad de la resistencia que habían llevado a cabo en Alemania.[21]

Algunos periodistas norteamericanos, como John Swope, subrayaron que los daños en Japón fueron mucho más allá de los acae-

20 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* pp. 21-22.
21 *Ibid.,* p. 24.

cidos en Alemania. Como dejó escrito en la correspondencia que mantuvo con su esposa durante su viaje para cubrir el desastre: «There is simply nothing left—that's all there is to it».[22] Ni ruinas, ni escombros, ni cráteres. Solo terreno yermo y plano. Como el periodista George Jones corroboró desde un despacho en Tokio para el *New York Times:*

> There should be no mistaken interpretation of the word "ruins". There were blocks on which not a single building stood, where the construction and civilization wrought in the past centuries had been obliterated, leaving reddish soil—and nothing else.[23]

La pregunta que surgió tras la capitulación fue la de quién se haría cargo de Japón. Desde el propio gobierno japonés, en busca de un mayor margen de maniobra, se trató de confrontar a Estados Unidos y a la Unión Soviética sobre este debate redactando dos capitulaciones: una a Estados Unidos el 15 de agosto de 1945 y otra a Rusia, dos días después.[24] A pesar de esto, finalmente fue Estados Unidos quien se alzó casi con el dominio total del archipiélago japonés.[25] Comenzó así un periplo marcado por el interés de ambos países por el mutuo entendimiento, en el cual empezaría a entretejerse un vínculo emocional entre las dos naciones. Japón esperaba a un enemigo que dispusiese una ocupación dura, similar a la que el propio Imperio llevó a cabo en Asia. Al fin y al cabo,

---

22 Swope había visitado Japón quince años antes de la guerra, por lo que tuvo una mejor perspectiva respecto a sus colegas de profesión de lo que se había perdido. En sus cartas expresó su reacción emocional ante todo aquella devastación. Cfr. John Swope, *A Letter from Japan: The Photographs of John Swope,* Los Angeles, Grunwald Center for the Graphic Arts, 2006, p. 220.

23 Citado en Cary Karacas y David Fedman, «Blackened Cities, Blackened Maps», en Kären Wigen, Cary Karacas y Sugimoto Fumiko (eds.), *Cartographic Japan: A History in Maps,* Chicago/Londres, University of Chicago Press, 2016, p. 190.

24 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* pp. 27-28.

25 Reino Unido estaba exhausto tanto militar como económicamente, China, por su parte, en aquellos años se encontraba librando su propia guerra civil y los soviéticos, más interesados en los territorios europeos, decidieron dejar vía libre a Estados Unidos.

hasta ese momento Estados Unidos no había hecho otra cosa que bombardear día y noche las islas de Japón. Sin embargo, es de destacar que Estados Unidos no se aprovechó de la ocupación para sacar un beneficio económico directo y rápido, y que su manera de gestionar el país distó mucho de la de los métodos nipones en Asia.[26] Así pues, el primero en Occidente en dar el paso hacia un renovado interés por Japón fue Estados Unidos, un interés por la cultura japonesa esta vez más sólido y profundo que aquellas fascinaciones y discursos orientalistas que habían acontecido hasta entonces entre Occidente y el archipiélago. Este acercamiento cultural comenzó incluso antes del desembarco en las costas niponas.

En junio de 1944, en previsión de la ocupación, el Departamento de Guerra norteamericano encargó a la antropóloga Ruth Benedict que desarrollase un estudio sobre Japón. El objetivo era tratar de comprender ciertos aspectos de la historia del país y del carácter y peculiaridades de sus habitantes con el fin de llevar a cabo una ocupación lo más ventajosa posible. El estudio de Benedict, publicado posteriormente en 1946 bajo el título *El crisantemo y la espada,* no pudo hacerse sobre el terreno, por lo que se fundamentó sobre todo en entrevistas a japoneses que residían en Estados Unidos, así como a los traductores del ejército norteamericano. En este sentido, el libro incurrió en algunas contradicciones y aprehensiones excesivamente superficiales sobre las características de la idiosincrasia japonesa. Desde el inicio de la obra, por ejemplo, se puso el acento en las manidas paradojas que desde hacía años se atribuían a los japoneses. Es decir, en aquellas contradicciones del carácter japonés que, supuestamente, definen a los nipones como agresivos y apacibles, militaristas y estetas, rígidos y adaptables, insolentes y corteses, etc.[27]

---

26 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 62.

27 Cfr. Ruth Benedict, *El crisantemo y la espada. Patrones de la cultura japonesa,* trad. de Javier Alfaya, Madrid, Alianza Editorial, 2014, p. 19.

Es importante observar que esta imagen del carácter paradójico japonés sigue prevaleciendo hoy día. Otros atributos ciertamente reduccionistas fueron, por ejemplo, el que los japoneses, prefiriendo la homogeneidad y el grupo, carecían de individualidad, que eran extraños y que su cultura era inmadura. Con todo ello, la labor de investigación, dadas las carencias de información y la imposibilidad de hacer un trabajo de campo (fundamental en cualquier estudio de antropología cultural), fue encomiable.[28] El libro identificó algunos aspectos culturales concluyentes como, por ejemplo, el del papel del sintoísmo de Estado a la hora de entender la importancia atribuida al emperador. Según recogió Benedict, la veneración de los nipones a esta figura político-religiosa era muy diferente y de raigambre más profunda que la de la veneración alemana a su homónimo durante la guerra: el *Führer*. El papel fundamental de las jerarquías (incluso en los ámbitos cotidianos) o los discursos sobre la defensa y recuperación de Asia también fueron algunos de los aciertos de la obra.[29] La autora incluso propuso algunas teorías significativas como aquella que sugería que, mientras las sociedades cristianas se erigían sobre el concepto de culpa, la japonesa lo hacía desde el de vergüenza. Cabe destacar que dos años antes de comenzar aquel estudio, en su obra *Race and Racism,* Benedict aseguró que las claves del comportamiento humano no obedecían a factores genéticos, sino sociales y que podían ser modificadas. Estas teorías previas de las que partió fueron cruciales a la hora de elaborar las conclusiones de aquel primer texto sobre el Japón de posguerra.[30]

---

28 Algunas de las críticas más sugerentes a *El crisantemo y la espada* han sido llevadas a cabo por C. Douglas Lummis en «Ruth Benedict's Obituary for Japanese Culture», *The Asia-Pacific Journal,* 5 (2007). En línea: <https://apjjf.org/-C.-Douglas-Lummis/2474/article.html>. [Consultado: 14/04/2019], y en *A new look at the Chrysanthemum and the sword,* Tokio, Shohakusha, 1982.

29 Cfr. Benedict, *El crisantemo y la espada,* pp. 40-51 y 72.

30 Al centrar el análisis en ciertos factores sociales, Benedict se distanció de las teorías que hablaban sobre la raza o la herencia biológica como elementos determinantes.

Una de las principales preocupaciones de Estados Unidos, una vez ocupado el archipiélago, fue la democratización y, sobre todo, la desmilitarización del país. Tras la firma de la nueva constitución, Japón renunció a la guerra como derecho soberano y aunque mantuvo al emperador Hirohito en el trono, este renunció de forma oficial, aunque algo esquiva, a su divinidad.[31] Tras su inmediata derrota, además, el país fue despojado de todos los territorios anexionados desde el inicio del período Meiji, se abolió el ejército y la marina y se prohibió a los antiguos mandos militares formar parte de los cargos políticos de la nueva democracia.[32] Esa desmilitarización obedecía al intento del Alto Mando estadounidense, encabezado por el general Douglas MacArthur, de alejar todo lo posible al país de las fuentes propagandísticas y nacionalistas que habían operado hasta entonces. Este distanciamiento que permitiría consolidar el nuevo orden democrático impuesto vino acompañado de medidas como las reformas educativas y la separación entre religión y Estado, entre otras.[33] El proceso democratizador puesto en marcha ocurrió a una velocidad vertiginosa y, rápidamente, en los primeros comicios, aquellos perseguidos por el Gobierno imperial japonés se alzaron en las urnas por un escaso margen. Los socialistas obtuvieron así 143 diputados, los liberales 131 y los demócratas 124.[34] Aquellas primeras elecciones aventuraban de esta forma una época de tensiones con los tres grandes partidos muy igualados en el número de apoyos.

Cabe decir que aquel proceso de democratización no fue tan libre como cabría imaginarse. A pesar de aquella victoria histórica

31 Cfr. John Dower, *Embracing Defeat. Japan in the wake of World War II,* Nueva York, W. W. Norton & Company, 2000, pp. 308-309.

32 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* pp. 29-32.

33 Para un análisis sobre los tintes autoritarios con los que fue impuesta esa democracia en Japón (destacando factores como el de la censura), véase Dower, *Embracing Defeat,* pp. 405-426.

34 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* pp. 29-32.

en las urnas de los socialistas, con el inicio de la Guerra Fría y la escalada de la amenaza comunista (consolidada como tal tras el golpe de estado de 1948 en Checoslovaquia), Estados Unidos rápidamente redireccionó la ocupación. Así pues, a pesar de que el Alto Mando comenzó abogando por una neutralidad en los procesos electorales, poco a poco empezó el apoyo a los liberales y al fomento de la llamada «purga roja». Japón se alzó entonces como un valioso aliado político e ideológico que podía ofrecer asistencia y un magnífico puesto geográfico a Estados Unidos. Por primera vez en la historia, se inició una colaboración rotunda entre ambas naciones, y aquellos que hacía apenas unos años fueron enemigos consolidaron una estrecha alianza en el Pacífico. Estados Unidos y su cultura habían llegado a Japón para quedarse.

El catalizador de aquel nuevo pacto entre Estados Unidos y el archipiélago japonés vino representado por el «Acuerdo mutuo de cooperación y seguridad», conocido en Japón como *Anpo,* firmado en 1951. A través del acuerdo Japón dio potestad a Estados Unidos para inmiscuirse en sus asuntos internos a cambio de protección. Así, un cuarto de millón de soldados del ejército norteamericano pasó a conformar las llamadas fuerzas de seguridad del país nipón. Además de esto, el archipiélago hizo otras concesiones, sobre todo territoriales, que Estados Unidos usó para el establecimiento de sus bases militares. Japón también encontró beneficios importantes a través del *Anpo*. Como Rodao señala:

> El protagonismo de la diplomacia estadounidense [...] casaba bien con los objetivos a largo plazo: un gasto mínimo en defensa (como Italia), conseguir materias primas y mercados para sus productos y elevar su estatus y rango en el mundo, en especial un liderazgo alternativo en Asia opuesto al chino. El primer ministro Yoshida lo resumió con un refrán universal: «Si te gusta la sombra, búscate un buen árbol», pero ciertamente ambos países habían encontrado una complementariedad, o «relación especial», que ha durado hasta la actualidad.[35]

35 *Ibid.,* pp. 68-69.

Aquella nueva relación que operó bajo intereses comunes rápidamente dio el salto de ámbitos tan abruptos y complejos como la política y la alianza militar a otros más amables y populares como el cine y la literatura. En este contexto, en 1954 fue publicado *Sayonara,* del escritor estadounidense James A. Michener. La novela se convirtió rápidamente en *best seller* y fue llevada al cine tres años después de la mano del director Joshua Logan. La película, protagonizada por Marlon Brando, alcanzó una notable popularidad internacional llegando a alzarse con cuatro premios Óscar.[36] La novela de Michener, de tintes autobiográficos, estaba ambientada a principios de la década de 1950, en los años en que el racismo y la desconfianza entre estadounidenses y japoneses eran palpables.

El libro narra la historia del comandante Lloyd Gruver, un piloto de las Fuerzas Aéreas estadounidenses en la guerra de Corea, designado a Japón. La vida del comandante parecía resuelta y encaminada al ascenso en la vida militar, más aún tras el matrimonio que parecía a punto de suceder con una de las hijas del general Webster, establecido en el archipiélago. La visión de Gruver en aquella época sintonizaba con la del resto de los altos cargos del ejército norteamericano sobre las gentes del país ocupado; a pesar de eso su manera de pensar dio un giro rotundo cuando se enamoró de una de las actrices del teatro Takarazuka. Esta se hacía llamar con el sobrenombre de Hana-ogi, el cual perteneció a una de las cortesanas más famosas del período Edo, retratada en numerosas ocasiones en las estampas de la época.[37] A pesar de

36 Uno de aquellos galardones fue para Umeki Miyoshi como mejor actriz de reparto, el primer premio de la historia de la academia obtenido por una asiática.

37 En la parte de la obra dedicada a la figura histórica de Hana-ogi, Michener muestra el gran conocimiento que desarrolló durante sus años en Japón sobre el *ukiyo-e*. Precisamente, años más tarde publicaría obras de no ficción dedicadas a la estampa como: *Japanese Prints: From the Early Masters to the Modern* (1959) y *The Modern Japanese Print: An Appreciation* (1968).

que la obra no deja de ser una novela ligera, enfocada en el romance, la época en que fue publicada, el contexto de principios de 1950 que reflejó y aquella historia de amor intercultural dieron algunas claves importantes sobre los cambios históricos que estaban aconteciendo. La obra mostró cómo, tras la guerra del Pacífico, la aprehensión orientalista de las mujeres japonesas seguía anclada a aquella imagen de «muñequitas asiáticas», operativa en el imaginario occidental desde el siglo XIX.[38] El rencor imperante a principios de la década de 1950 también se hizo patente en comentarios del propio protagonista que, incrédulo, observa cómo los soldados confraternizaban e incluso se casaban con los mismos enemigos que tantos problemas les causaron años atrás.

La historia se sitúa en una época en la que, a pesar de permitirse los matrimonios entre estadounidenses y japoneses (el gobierno norteamericano no tenía otra opción que aprobarlos como gesto político), las esposas japonesas no podían acompañar a sus maridos a Estados Unidos. En ese contexto, los mandos militares trataban por todos los medios de convencer a sus soldados para que desistiesen de aquellos enlaces, volviesen a la patria tras el servicio militar y contrajesen matrimonio con una mujer estadounidense. Otro elemento importante fue el de las representaciones teatrales de la compañía Takarazuka, a través de las cuales los propios nipones reinterpretaron irónicamente historias clásicas recogidas en obras como *Madame Butterfly*. Desde su creación en 1913, la compañía de teatro musical Takarazuka ha estado compuesta exclusivamente por mujeres. Toma su nombre de la ciudad en la que se encuentra su sede, Takarazuka, cerca de Osaka. Desde sus inicios hasta hoy la compañía ha ofrecido producciones musicales

38 «Así, vistas de espalda, son muy monas estas muñequitas, con sus moños tan bien hechos, con sus alfileres de concha tan coquetamente prendidos». Loti, *Madama Crisantemo,* p. 136. En la obra de Michener estas referencias seguían vigentes. Cfr. James A. Michener, *Sayonara,* trad. de León Mirlas, Barcelona, Orbis, 1983, pp. 12 y 82.

de toda clase: historias adaptadas de cuentos y mitos japoneses, temas clásicos de la literatura universal, espectáculos occidentales semejantes a los de Broadway, etc. Un compendio de música, teatro y cabaret que, en la época de posguerra, tan necesitada de fuentes de entretenimiento, alcanzó una gran popularidad. Así pues, estos espectáculos ofrecieron en aquella época un elemento de escapismo y, en ocasiones, de resistencia con respecto a la ocupación norteamericana. Según la descripción del propio Lloyd Gruver:

> No estaba preparado para lo que había hecho «Takarazuka» con *Madame Butterfly*. En cualquier momento, las actrices podían toparse con una escena sin relación con todo lo sucedido antes o lo que ocurriría después. Había unas antiguas danzas japonesas para complacer a los aficionados a los números clásicos, el *jitterburg* para representar a los Estados Unidos de 1890, lucha romana, micrófonos, una serie de números de salón de baile, un motín a bordo de un barco norteamericano, veinte estúpidos policías japoneses y un incendio. Pero en esta parodia de una gran ópera había una hebra sólida: la ridiculización de los militares norteamericanos.[39]

En estas representaciones, las mujeres no eran las delicadas e idealizadas Crisantemos descritas por Loti, anheladas por europeos y americanos desde el siglo XIX. Al contrario, una sola de ellas podía mantener en jaque a todo un navío extranjero. Fumiko, una de las actrices, orgullosa, se lo explicaría a Gruver y a su amigo Mike de la siguiente forma:

> —¿Te gusté en *Swing Butterfly*?
>
> Estuviste maravillosa —dijo Mike—. Pero apostaría a que si ustedes hubiesen representado eso cuando estaba aquí MacArthur, el general las habría encarcelado a todas.
>
> Le pregunté el porqué y Fumiko dijo —yo no podría explicar exactamente cómo habló o qué hizo con gestos ingleses y japoneses, pero

39 *Ibid.,* p. 109.

> logró hacérmelo comprender— que *Swing Butterfly* se burlaba de los marinos norteamericanos que se enamoran de las japonesas. Pero Butterfly no se hizo el *harakiri*. Aquí Fukimo-san se apoderó de un cuchillo para cortar manteca y fingió ejecutar el ritual. —Creo que si gustarle reír, si no ser demasiado orgulloso, usted disfrutar con S*wing Butterfly* […] Yo geisha. Tener a raya un barco lleno de marineros norteamericanos.[40]

Cabe señalar que el propio Gruver se marcha ofendido, en medio de la función, la primera vez que asiste a aquella ridiculización norteamericana: «Después de todo… ¿quién había ganado la guerra?», se pregunta. A pesar de estos desencuentros entre una y otra parte, el tono de la obra y el sentimiento de afrenta del comandante cambian radicalmente cuando comienza su relación con Hana-ogi, con la que, a pesar de sus intentos, no logrará contraer matrimonio. Es importante señalar cómo Michener retrató aquí a una japonesa orgullosa de su país, de su cultura y de su puesto en la prestigiosa compañía teatral, una japonesa que, a pesar de estar igualmente enamorada del militar estadounidense, nunca se planteó abandonarlo todo por la posibilidad de acompañar a Gruver a Estados Unidos. En este sentido, es significativo el reconocimiento que el escritor hace aquí de Japón: a pesar de la devastación y la pobreza que asolaba el archipiélago, no se culmina con un *happy end* en el que la nativa abandona su arruinado hogar para vivir en aquella otra tierra prometida, de riqueza y bienestar, que parecía representar Estados Unidos. Al contrario, Hana-ogi reivindica sus raíces culturales a pesar de todo.

Algunos de los párrafos sobre los momentos en que Gruver y Hana-ogi están juntos sentenciaban así el rotundo cambio de mentalidad que estaba sucediendo en aquellos años. Japón y Estados Unidos no volverían a ser enemigos, sino todo lo contrario. Como expresó Michener a través de su personaje Gruver:

---

40 *Ibid.,* p. 86.

> Ahora no pensábamos en japoneses ni en norteamericanos. Éramos unos seres humanos atemporales, sin nacionalidad, ni lenguaje, ni distinto color. Entonces comprendí la respuesta a la segunda pregunta que me desconcertara en Corea: «¿Cómo puede un norteamericano que ha combatido a los japoneses acostarse con una muchacha japonesa?». La respuesta era tan sencilla… Casi medio millón de nuestros hombres la habían hallado. Uno encuentra a una muchacha como Hana-ogi… y ni ella es japonesa ni uno es norteamericano.[41]

Varios años después, en un acto dedicado a los veteranos de la guerra del Pacífico, un envejecido Michener volvería a esgrimir estas reflexiones ante su audiencia. Esta vez no usó a ningún personaje de novela como intermediario:

> I come before you today as one who was modified by our national experience in fighting Japan. For four long years I battled her empire with every shred of energy I had, and watched with pride as we slowly drove her from the oceans and assailed her on land… For the next few years, I lived in Japan, studied her ways, grew to love her art, and wrote six books about things Japanese. From a dedicated enemy I slowly transformed myself into a devoted friend, with help from the Japanese themselves, who were becoming my friends. It was from this devastation and cruelty […] that a miraculous friendship developed… and it is that triumph that we honor day.[42]

En aquellos años en que *Sayonara* fue publicada, la alianza entre ambas naciones se encontraba en pleno proceso de consolidación. Aun así, hay que tener en cuenta que no fue una reconciliación sencilla y que dejó pendiente muchos temas acuciantes. De este modo, Japón, enarbolando al inicio de la posguerra su condición de país ocupado, esquivó sus responsabilidades para con las naciones asiáticas que se anexionó en su día. Las heridas abiertas,

---

41 *Ibid.,* p. 133.

42 Citado en Phillip West, Steven Levine y Jackie Hiltz, *America's Wars in Asia. A cultural approach to History and Memory,* Nueva York, M. E. Sharpe, 1998, pp. 20-21.

sobre todo en Corea y China, nunca se cerrarían y ello se debió, en parte, a que los afectados consideraron que Japón nunca planteó una disculpa y un reconocimiento sincero y contundente de los daños cometidos. Al contrario, el archipiélago japonés giró nuevamente su rostro hacia Occidente, concentrándose en su nueva condición, primero, de país ocupado y, segundo, de aliado principal de Estados Unidos en el Pacífico.[43] Llegaría una época, no muy distanciada de aquel período de posguerra en la que Japón, consolidado su poder económico, podría finalmente haber logrado su sueño de liderar Asia, pero la elusión de sus responsabilidades y una mejor disposición con sus vecinos en aquellos años lo impedirían.[44] A pesar de eso, en lo económico, Japón sí se alzaría por encima de cualquier nación asiática e incluso occidental, quedando tan solo por debajo de Estados Unidos. Consolidada la nueva alianza con Occidente (Estados Unidos), el archipiélago asiático se embarcó en una recuperación económica sin precedentes, teñida por la influencia de la cultura norteamericana.

### 2.3. El milagro económico

Resulta complejo situar de manera exacta el origen del llamado milagro económico japonés. Aunque este se consolidó a lo largo de la segunda mitad del siglo xx, autores como Dower han esgrimido el concepto de «guerra útil» para hablar de los significativos cambios que ya empezaron a acontecer durante la guerra del Pacífico. Ya desde 1936, el gobierno nipón incentivó mejoras de las condiciones físicas y salariales de los jóvenes japoneses destinados en las campañas militares. Además, las sinergias entre la necesidad de producción industrial en aquellos años de la guerra y la propaganda hicieron que el crecimiento económico aumentase de manera expo-

43 Cfr. Iwabuchi, *Recentering Globalization,* p. 10.
44 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 109.

nencial.[45] En esta misma línea, investigadores como Itō Osamu han llegado a referir al Japón militarista como una primera fase dentro del fenómeno de rápido crecimiento económico desarrollado hasta la década de 1970. En aquel momento, durante la guerra, habrían cambiado factores cruciales para los nuevos tiempos que se avecinaban, como por ejemplo el sistema financiero, las relaciones entre empresas, la estructura del mercado, relaciones entre el gobierno y las empresas y la estructura social, entre otros.[46]

Aunque algunos de estos factores sentarían las bases de la posterior recuperación del país, el período de retroceso económico y crisis sin precedentes tras la guerra fue incuestionable. El pistoletazo de salida de la recuperación vendría dado por el inicio de la guerra de Corea en 1950; un conflicto militar del que Japón salió ampliamente beneficiado y al que el propio primer ministro Yoshida catalogó como «un regalo venido del cielo».[47] El archipiélago se convirtió entonces en la base de operaciones de Estados Unidos y la ONU, lo que le reportó unos beneficios directos de unos cinco billones y medio de dólares, además de contribuir al desarrollo de su industria pesada. Japón empezó a mejorar así su imagen de cara a Occidente demostrando ser un valioso aliado, además de sacar un provechoso beneficio en el proceso. Dos años después de aquel despegue económico, en 1952, al archipiélago le sería restaurada su independencia, tras acordar con Estados Unidos, a través del mencionado *Anpo,* su colaboración a cambio de protección y margen de actuación. Investigadores como Rodao han otorgado un papel esencial a esta nueva etapa en la que Japón se embarcó y, sobre todo, al estado en que el país lo hizo:

---

45 El aumento de la manufactura, así como la producción de acero y metales no ferrosos y maquinaria, entre otros muchos sectores, impiden tomar a la ligera los logros del militarismo en el ámbito económico e industrial. *Ibid.,* p. 49.

46 Cfr. Itō Osamu, «The transformation of the Japanese Economy», en Erich Pauer, *Japan's Wars Economy,* Londres, Routledge, 2014, pp. 171-172.

47 Citado en Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 36.

> No era poco lo que se había conseguido tras la paz. La actividad económica había regresado a los niveles de preguerra, los canales de distribución se habían rehecho, la destrucción estaba recomponiéndose y las industrias se estaban recuperando, incluidas las exportaciones. El nuevo sistema político estaba ya funcionando con relativa normalidad [...]. Y finalmente, mientras que desde 1950 la guerra de Corea permitía esquivar una grave crisis económica e impulsar la producción de su industria, se había conseguido lo que parecía la cuadratura del círculo: solucionar la carencia de un ejército gracias a su antiguo enemigo, que además se encargaría de los gastos en defensa. Era difícil pensar que esos logros tan espectaculares se pudieran mantener.[48]

Japón logró mantener esta buena trayectoria e incluso incentivar ciertos avances en lo económico e industrial, que se consolidaron con la llegada de la década olímpica. La cita de las Olimpiadas de Tokio de 1964 fue crucial. Aquel año, gracias a la buena imagen ofrecida por Japón y sus habitantes, se cambió definitivamente la imagen negativa y militarista que los occidentales habían atribuido al país desde la guerra. Japón aquel año pasó a ser la tercera economía mundial, tras superar a países como Francia y Reino Unido. Por lo tanto, los Juegos Olímpicos, además de ayudar a promocionar una nueva imagen de fraternidad con el resto de las naciones, sirvieron al país para demostrar su músculo económico y, tras la cita olímpica, fortalecerlo. Dicho fortalecimiento fue corroborado cuatro años después, en 1968, cuando se situó como segunda fuerza económica internacional tras superar a la Alemania Federal.[49]

Así pues, entre 1964 y 1973 proliferó en Japón un consumo de masas que fue el que verdaderamente se encargó de sustentar la producción, la cual siguió creciendo. En esta década se popularizaron y extendieron entre la población productos como los televisores a color y los automóviles, además de aumentarse el

48 *Ibid.*, p. 65.
49 *Ibid.*, p. 91.

tiempo de ocio, lo que trajo consigo el interés por las actividades deportivas, los viajes y, por supuesto, por una cultura del entretenimiento que poco a poco empezó a emerger. En aquellos años, el anhelado sueño de alcanzar a Occidente, que el país asiático llevaba persiguiendo desde la apertura de sus puertos en 1868, estaba finalmente realizándose. Los nuevos vientos de paz y prosperidad pronto volvieron a atraer la atención de Occidente, cuyo interés por el archipiélago partió de una perspectiva ciertamente contradictoria: por un lado, afloraron ciertas actitudes de reticencia debido a la amenaza que el gigante económico asiático empezaba a suponer para el resto de naciones occidentales; por otro, al mismo tiempo, los expertos en economía y ciertas personalidades del ámbito académico como Ezra F. Vogel ensalzaron el éxito del modelo japonés, situándolo como ejemplo a seguir. En cierto sentido, fueron años en los que aquella atención que Japón volvió a suscitar hizo converger actitudes propias tanto de la japonofobia como de la japonofilia.

En cuanto al contexto de japonofobia, parecía que los pronósticos que el periodista español Luis de Oteyza hiciese en la década de 1920 sobre el *made in Japan* y el peligro que supondría a los mercados el crecimiento del gigante nipón finalmente estaban aconteciendo. Como expresión del recelo de los europeos y norteamericanos ante el nuevo Japón surgió una nueva forma de orientalismo a la que Morley y Robins bautizaron en 1992 con el nombre de «tecnoorientalismo».[50] Este discurso sumaba a los tópicos orientalistas clásicos una tecnología de vanguardia que había posibilitado la eficacia empresarial superlativa de Japón. El

50 Debe subrayarse que el término ha ampliado y modificado su significado con el paso de los años. El concepto ha trascendido el ámbito de lo económico y la geopolítica siendo utilizado a menudo también en los estudios sobre manganime y en el contexto de los imaginarios de la ciencia ficción japonesa surgida en aquellos años. Cfr. David Morley y Kevin Robins, «Techno-Orientalism: Futures, Foreigners and Phobias», *New Formations,* 16 (1992), pp. 136-156.

tecnoorientalismo proponía así dicha tecnología y éxito empresarial como nuevos rasgos esenciales de «lo japonés». Este discurso, presentaba además a Japón como el nuevo contrincante de Europa y Estados Unidos por el liderazgo de la economía global. Una de las figuras clave del tecnoorientalismo fue la del *salaryman,* el oficinista japonés incansable y dispuesto a hacer infinitas horas extras con el fin de que la empresa, a la que pertenecía como si de una segunda familia se tratase, siguiese siendo competitiva. Como algunos autores subrayan, este *salaryman* nipón partía de la imagen del hombre de negocios anglosajón llevada al extremo en el imaginario occidental. En este contexto, Europa y Estados Unidos asumieron la figura del oficinista japonés como la de un trabajador egoísta, en búsqueda continua del enriquecimiento y al que no le importaba sacrificar los deberes familiares y sociales para pasar a convertirse en una verdadera «máquina».[51]

Este imaginario del trabajador japonés desposeído de toda humanidad y absolutamente robotizado se consolidaría en los años siguientes. La influencia del imaginario tecnoorientalista empezó a ser perceptible en medios como el cine, la novela y la música, entre otros. En el ámbito concreto de los videoclips musicales, por ejemplo, en torno a aquellos años destacaron canciones como *Mr. Robot,* escrita por Dennis DeYoung e interpretada por la banda norteamericana Styx en su álbum conceptual *Kilroy Was Here,* de 1983. En la canción se aprecia la manera en la que el coro destaca el verso, cantado en japonés, *domo arigatō, Mr. Roboto* [muchas gracias, Sr. Robot], el cual alcanzó gran popularidad durante aquella década. La frase fue manipulada electrónicamente con la ayuda de un codificador y mediante el uso de sintetizadores. Esto generó una voz mecánica extraña, totalmente diferente de la voz humana. Como McLeod señala, el contenido de la letra criticaba

51 Cfr. Arthur Lozano, «Genealogía del Tecno-Orientalismo», *Inter Asia Papers,* 7 (2009), p. 19.

abiertamente la dependencia de la tecnología japonesa y su sociedad aparentemente deshumanizante. Según un extracto de aquel tema musical:

> You're wondering who I am (Secret, secret, I've got a secret)
> Machine or mannequin (Secret, secret)
> With parts made in Japan (Secret, secret, etc.)
> I am the modern man.

También en España surgirían ejemplos similares como el del tema *Japón* del grupo Mecano, lanzado en 1984 en su álbum *Ya sale el sol*. El videoclip muestra la mezcla entre los elementos del orientalismo clásico y los del tecnoorientalismo. De la letra pueden extraerse fragmentos como: «unos dicen que son fieles al emperador, otros dicen que son fieles al ordenador». En este sentido, tanto a nivel visual como lírico, se apuntó a una asunción de la nueva realidad nipona similar a la del grupo Styx. La referencia de Mecano al ordenador fue sintomática a este respecto. Japón se alzaba en aquellos años como una industria puntera en sectores como la electrónica, con empresas en auge como Sony, fundada en 1946. Esto es lo que explica que ya en la década de 1970 el secretario de Estado de Estados Unidos, Henry Kissinger, se refiriera despectivamente a los japoneses como *little Sony salesmen*.[52] En efecto, las ventas de las empresas japonesas, entre ellas la citada Sony, estaban en alza. Además de eso, ha de señalarse que, si hasta la década de 1960 los productos *made in Japan* habían sido tenidos como baratos y de mala calidad, en la década de 1970 y 1980 esto cambió. Los productos nipones, y sobre todo los del ámbito tecnológico, se alzaron como garantía de fiabilidad, calidad e innovación.

52 Cfr. Michael Schaller, «The Nixon 'Shocks' And U. S. - Japan Strategic Relations 1969-74», conferencia organizada por The National Security Archive y The Woodrow Wilson International Center for Scholars Asia Program The Smithsonian Institution, 1996. En línea: <https://nsarchive2.gwu.edu//japan/schaller.htm>. [Consultado: 25/04/2019].

Aquellos discursos situados en el contexto de la japonofobia convivieron con otros propios de la japonofilia, centrados en la alabanza a Japón y a su modelo económico, el cual se estaba imponiendo. Así pues, en aquellos años se publicaron *best sellers* como *El Japón, tercer grande,* de Robert Guillain, en 1968 o *El reto japonés,* del sueco Hakan Hedberg, en 1970. A este último en su segunda edición en castellano le fue añadido el subtítulo de *Japón, el superpoder económico de la década 1981-1989*. El libro culmen de aquellos años, sin duda, fue *Japan as Number One: Lessons for America,* en la versión española: *Japón número 1. Una lección para el mundo,* escrito en 1978. En esta ocasión, el texto no pertenecía a un periodista, sino a Ezra F. Vogel, profesor de sociología en la Universidad de Harvard, interesado en «examinar en qué medida las proverbiales cualidades japonesas de capacidad de trabajo, disciplina, paciencia y sensibilidad contribuían a sus logros».[53]

Como cabe imaginar, en Japón estos estudios fueron vistos como una certidumbre y sin duda colmó de orgullo a los japoneses. No era para menos ya que este tipo de consideraciones volvían a potenciar los discursos del *nihonjinron*. Se trata este de un género literario de no-ficción surgido en Japón, de amplio recorrido histórico y cuyo objeto de estudio gira en torno a la japonesidad. A través de estos discursos se ha consolidado a lo largo de la historia, de manera consciente e inconsciente, la idea de especificidad y singularidad de la raza japonesa. En este contexto, el antropólogo Harumi Befu en su obra *Hegemony of Homogeneity* propuso el *nihonjinron* como un concepto de corte ideológico ampliamente

53 Ezra F. Vogel, *Japón n.º 1. Una lección para el mundo,* trad. de Francisco Oliván Barcelona, Editores Técnicos Asociados, 1981, p. 3. Rodao ha sugerido que, quizá, el motivo que llevó a Vogel a escribir un libro tan complaciente con Japón fuese el de conseguir fondos para sus investigaciones en las políticas gubernamentales en Asia. Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 105.

relacionado con el nacionalismo cultural. Como Befu apunta, los japoneses están especialmente interesados en su identidad nacional, lo cual ha llevado a la creación de una literatura que abarca gran cantidad de ámbitos: arte, sociología, etnología, psicología, arqueología, etc., desde los que aprehender ese sentido de *uniqueness*. A pesar de ello, no debe olvidarse que gran parte de los postulados de los que parte son generalizaciones y, en muchos casos, simplificaciones del amplio acervo cultural y racial que existe en el propio Japón.[54]

Este tipo de discursos hunde sus raíces en las relaciones históricas de Japón con el resto de los pueblos asiáticos con los que mantuvo contacto. Sería en el período Edo, en torno al siglo XVIII, con el grupo de intelectuales Kokugaku [Estudios nacionales] cuando estos discursos empezaron a consolidarse y a sentar las bases del llamado *nihonjinron*. En aquellos años, la asunción de «lo japonés» fue entretejida y defendida en contraste al predominante cultural que, en aquella época, era la cultura china.[55] Sin embargo, a mediados del siglo XIX Occidente reemplazó a China como la civilización con la que lidiar y desde la que re-

54 Harumi Befu ha reflexionado sobre el problema del concepto *ron* [teoría]. Este está presente en términos propios del campo de la biología como por ejemplo *shinkaron* [teoría de la evolución]. Befu afirma que en el caso del *nihonjinron* debe asumirse que *ron* tiene un significado amplio y vago que remite a generalizaciones, en este caso, sobre Japón, la cultura japonesa, la sociedad japonesa y el pueblo japonés. Es decir, no se debe entender *ron* en el sentido en el que en inglés se entiende la palabra *theory*. Cfr. Befu Harumi, *Hegemony of homogeneity. An anthropological analysis of «Nihonjinron»,* Melbourne, Trans Pacific Press, 2001, pp. 68-72.

55 El grupo Kokugaku, con Motoori Norinaga a la cabeza, reivindicó el papel del sintoísmo como religión autóctona en oposición a las creencias venidas del extranjero, la recuperación y promoción de las crónicas mito-históricas que hablaban del linaje ininterrumpido del emperador, el papel de la lengua japonesa y una sensibilidad especial promovida desde ciertos conceptos estéticos como el *mono no aware,* entre otros. Cfr. Susan L. Burns, *Before the Nation. Kokugaku and the Imagining of Community in Early Modern Japan,* Durham, Duke University Press, 2003, pp. 40-46.

flexionar sobre la identidad nacional autóctona.[56] Como Rodao y Befu señalan, en torno a la década de 1970 surgió precisamente en Occidente toda una literatura que volvió a dar fuerza a esas ideas del carácter singular, especial y, en ocasiones, como en el texto de Vogel, superior de la cultura nipona frente a la extranjera. A lo largo de la historia de las relaciones culturales entre Occidente y Japón ya se originaron discursos por parte de misioneros, viajeros, comerciantes y coleccionistas que nutrieron la *nihonjinron*. A pesar de eso nunca ocurrió de manera tan contundente como en aquellos años del milagro económico, en los que Japón parecía destinado a rendir el mundo a sus pies. Sin ir más lejos, un editorial del *New York Times* de marzo de 1981 declaraba: «Por favor, Japón, devuelva la ayuda: ocúpenos».[57] Durante aquellos años de consolidación del llamado milagro económico, Japón no dejó de batir récords y mostrar en todo momento su alta competitividad económica y empresarial a nivel internacional. De este modo, el país nipón fue uno de los primeros en salir de las dos crisis del petróleo que se sucedieron en la década de 1970; la primera en 1973, con la guerra árabe-israelí de Yom Kipur, y la segunda, en 1979, debido al conflicto armado entre Irán e Irak. La política del archipiélago respecto a sus relaciones exteriores fue de mucha ayuda en estos momentos de inestabilidad internacional. Japón trató de presentarse, a través de las estrategias del *soft power* en las que estaba enfocado, como «amigo de todos». Este tipo de actitudes no obtuvieron los frutos deseados en territorios de Asia que aún sentían cercanos los crímenes de guerra que, según algunos, Japón eludió tratar; a pesar de eso, en el resto del mundo fueron un factor decisivo que ayudó a consolidar al archipiélago asiático como potencia.[58]

---

56 Cfr. Befu, *Hegemony of homogeneity. An anthropological analysis of Nihonjinron,* p. 10.
57 Citado en Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 105.
58 *Ibid.,* pp. 97-98.

En aquel contexto de fascinación por el renovado Japón, empezaron a producirse los primeros comentarios y debates sobre el surgimiento de un nuevo japonismo centrado en el éxito económico y empresarial que el archipiélago nipón estaba mostrando. Según expuso Jean-Pierre Lehmann en 1984, los primeros años de la década de 1980 proveían de una significativa oportunidad para evaluar la imagen de Occidente sobre Japón. Sobre todo, tras la profunda revolución que había experimentado el segundo. En palabras de Lehmann:

> The European imagination has been captivated by Japan on two occasions in the modern era, when a strong and popular fashion for things Japanese, a sort of Japan mania, occurred. The first took place in the third quarter of the nineteenth century, the second is happening the third quarter of the twentieth: one can distinguish by referring to the first as the 'Old Japonisme' and the 'New Japonisme'.[59]

En el esquema que Lehmann planteó, a lo largo de la historia de las relaciones internacionales, habían surgido dos japonismos. El *Old Japonisme,* aunque se originó durante el período Meiji, nació de la idealización occidental del Japón Edo y de su mundo de placeres artísticos y sensuales. Según Lehmann señala, las imágenes que se consolidaron desde el japonismo originario habían sobrevivido hasta cierto punto y se podían encontrar reproducidas en su reencarnación contemporánea. A diferencia del japonismo clásico, el *New Japonisme* descrito por el suizo habría nacido en la década de 1970, tras las secuelas traumáticas de las crisis del petróleo. Este nuevo gusto por lo japonés estaba basado en el mundo de la industria y la empresa. Así pues, para Lehmann, el *Old Japanisme* encontró expresión en las obras de teatro, poemas, óperas y pinturas de la época, mientras que su nueva expresión estuvo cen-

59 Jean-Pierre Lehmann, «Old and New Japonisme: The Tokugawa Legacy and Modern European Images of Japan», *Modern Asian Studies,* 4 (1984), pp. 757-758.

trada especialmente en «los anales de la ciencia de la gestión».[60] De este modo, para este autor, la imagen occidental sobre Japón y sus habitantes había cambiado drásticamente en torno a 1980. El archipiélago había dejado de estar habitado por el «animal estético», para pasar a estar conformado por un nuevo tipo de «animal económico»:

> Although European images of Japan were formed mainly after the end of the Edo era, it was the legacy of the Edo era, the world of Old Japan depicted by Hokusai, Hiroshige, Utamaro, which captivated imagination. They have been replaced by more evocative current images and by a different set of objectives, namely economic, commercial and technological, rather than artistic or sensual, hence the revolutionary nature of the European imagery of Japan. The Edo and what it stood for in the European consciousness has come to an end.[61]

En este nuevo contexto, algunas de las claves derivadas del período Meiji variaron. Es decir, se produjeron ciertas inversiones contemporáneas. El autor destaca por ejemplo cómo, en el momento en que escribe su artículo, muchos autores occidentales están siguiendo premisas similares a las que en siglo XIX propusieron pensadores como Fukuzawa Yukichi y Mori Arinori, que promulgaban alejarse de la tradición extremooriental y acercarse a la europea. Según el suizo, en la década de 1980 eran ciertos autores occidentales los que estaban recomendando emular a Japón y a su modelo. Lehmann también alude a una lectura que Vogel ofreció aquellos años en Japón y que proponía un cambio del antiguo eslogan *wakon yōsai* [espíritu japonés, técnica occidental]. Esta máxima cobró fuerza en Japón en los años de la modernización Meiji en los que el país asumió la necesidad de aprender e incorporar los avances tecnológicos de las naciones occidentales. En torno a la década de 1980, según Vogel y según suscribe Lehmann,

60 *Ibid.*, p. 758.
61 *Ibid.*, p. 765.

era Occidente quien debía hacer suya aquella máxima, la cual, en el contexto contemporáneo, se presentaba invertida en la forma: *yōkon wasai* [espíritu occidental, tecnología japonesa].[62] A través de estas y otras referencias Lehmann afirmó el surgimiento de un nuevo gusto por lo japonés que permitía llevar a cabo algunas comparativas con el gusto japonista originario. En el nuevo imaginario lo económico se alzó como el dominante cultural.

A pesar de que el artículo de Lehmann sienta un importante precedente para el tema del neojaponismo, debe tenerse en cuenta que entre sus páginas no hay ninguna mención sobre la cultura popular japonesa. Ello se debe, en parte, a la fecha en la que fue escrito, 1984, una fecha en la que, por un lado, dicha cultura popular aún no había acabado de experimentar su definitivo auge internacional y, por otro, aún existía una confianza superlativa en el poderío económico del archipiélago asiático. Aquella imagen del Japón económico empezaría a resquebrajarse tan solo cinco años después del escrito de Lehmann, con el fin de la burbuja económica japonesa.

Japón había sido capaz de superar de manera más o menos rápida y efectiva las dos crisis del petróleo que azotaron a los países desarrollados. Aun así, la salida de la crisis de 1979 en particular tuvo un gran coste humano y profesional para el país. Según Rodao recoge, aquella salida fue a base de un esfuerzo inusitado por parte de los trabajadores que llevó a un aumento de los suicidios en un 18 % y de las depresiones en un 200 %. Japón, cuyo Estado hasta entonces había tenido un cierto papel regulador en el terreno económico, se planteó la necesidad de llevar a cabo cambios radicales.[63] En aquel contexto se redactó el llamado *Informe Maekawa,* en donde se recomendaron una serie de reformas estructurales que fueron apoyadas por el entonces primer ministro

62 *Ibid.,* p. 761.
63 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 111.

Nakasone Yasuhiro. Entre otras cosas, el informe propuso reducir la presencia del Estado, varias medidas de liberación del mercado y una potenciación del sector privado en la economía.[64] Todo ello ocasionó un fenómeno complejo ocasionado por diversos factores entre los que destacaron el exceso de confianza y un conjunto de decisiones tomadas a la ligera. Las consecuencias de esto se vieron pronto, pero su significado real tardó en ser asimilado.[65]

Rodao incide en cuatro grandes consecuencias relacionadas con estos factores: la sobrefinanciación de las empresas (las cuales buscaron beneficiarse de la gran cantidad de préstamos que estaban recibiendo); la pérdida del valor productivo de dicho dinero adicional; el aprovechamiento que se hizo del mismo para fomentar la deslocalización de las empresas y así aumentar los beneficios y, por último, el aumento de la corrupción. Como el historiador afirma, en aquellos años la especulación llegó a sus máximas cotas.[66] A pesar de que el derrumbe de la burbuja se estaba entretejiendo poco a poco, de cara al público, pocos habrían vaticinado que Japón estaba a punto de sumirse en la crisis más larga de su historia. En 1987, el país, además de una inflación estable, tenía una tasa de desempleo más baja que la de Estados Unidos y se alzaba sobre este en lo referente a la renta per cápita. Además, sus exportaciones seguían creciendo favorablemente en los mercados internacionales. Pero el trasfondo de todo aquello hablaba de una realidad muy diferente:

> Japón estaba aceptando compromisos para acallar las críticas y la mejora del comercio exterior fue gracias a la bajada de las materias importadas, en especial el precio del barril de petróleo, que quedó en torno a los veinte dólares. En realidad, el valor en yenes estaba cayendo

64 Cfr. Asien Ernesché, «Antecedentes de la aceleración de la Economía de Burbuja en Japón», *Contribuciones a la Economía,* 1 (2007). En línea: <https://www.eumed.net/ce/2007a/era3.htm>. [Consultado: 28/03/2019].

65 Cfr. Rodao, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* p. 112.

66 *Ibid.,* pp. 112-114.

> con fuerza. Cuando en octubre de 1987, el Lunes Negro, Estados Unidos sufrió la mayor caída de la bolsa en un solo día, un 23,9 % (dobló incluso la del crac de 1929), el daño de la Bolsa de Tokio apenas fue comentado [...]. El resto, como se suele decir, es historia. De ser una potencia industrial dedicada a producir barato, Japón pasó a confiar en demasiadas proclamas en torno al poderoso yen, convencidos de la factibilidad de pasar de forma inmediata a ser una gran potencia financiera. Fue un juego de percepciones y autorrepresentaciones que vio los mayores excesos y los engaños más aberrantes [...]. Como ocurrió décadas después con los valores inmobiliarios en otros países del mundo, lo que parecía aceleración y crecimiento sobre unas bases seguras era simple especulación y sobrecalentamiento.[67]

Resulta paradójico que el mismo año en que Japón se sumió en una profunda recesión económica la cultura popular japonesa, que poco a poco había empezado a trascender las fronteras, experimentase su definitivo auge internacional. Así pues, la imagen del Japón empresarial empezó a convivir y poco a poco a ser desplazada por la imagen de Japón como reino del manga, el anime y los videojuegos. Es aquí donde deben hacerse algunas consideraciones sobre las teorías de Lehmann y su identificación de un nuevo gusto japonista.

Aquel imaginario del Japón económico y tecnológico, aunque dejó su impronta en Occidente, no alcanzó la misma preeminencia que el que empezaría a acontecer tan solo seis años después del artículo de Lehmann, con el *boom* internacional de la cultura popular y del entretenimiento japonés. La influencia de dicha cultura del entretenimiento penetraría todas las capas de las sociedades europeas y americanas, desde los estratos de la vida cotidiana, hasta las altas esferas económicas pasando, además, por las instituciones culturales como el museo. Este fue un rasgo importante a destacar ya que mientras la imagen del Japón económico de 1970-1980 afectó sobre todo a un cierto sector de la sociedad occidental,

67 *Ibid.*, p. 115.

el Japón representado por su cultura popular se extendería a todos los niveles y ámbitos. Es este el motivo por el que hemos decidido tomar la propuesta de Lehmann como un protoneojaponismo o, si se prefiere, como un antecedente de lo que estaba aún por llegar. Por supuesto, muchos de los elementos surgidos en los años del milagro económico, varios de ellos señalados por el autor suizo, tendrían cabida en el nuevo gusto por lo japonés que se generó a través de la cultura popular. Por ejemplo, aquella imagen del Japón de las grandes corporaciones, ciudades gigantescas y con la tecnología más avanzada nutrió gran parte del imaginario de la ciencia ficción que surgió en Occidente en la década de 1980. Uno de los más influenciados fue el citado género *cyberpunk*. Esta corriente de la literatura de ciencia ficción nació en Estados Unidos de la mano de escritores como Bruce Sterling y William Gibson, los cuales, fascinados con el rápido ascenso económico del país nipón, situaron buena parte de sus historias en él. Como reflexionó el propio Gibson:

> 'Why Japan?' I've been asked for the past 20 years or so. Meaning: why has Japan been the setting for so much of my fiction? When I started writing about Japan, I'd answer by suggesting that Japan was about to become a very central, very important place in terms of the global economy. And it did. (Or rather, it already had, but most people hadn't noticed yet.) A little later, asked the same question, I'd say that it was Japan's turn to be the centre of the world, the place to which all roads lead; Japan was where the money was and the deal was done.[68]

No pasó mucho tiempo hasta que Japón hizo suyas dichas narrativas, las reinterpretó y las popularizó a través del manga y el anime con títulos como *Akira* y *Ghost in the Shell* y otros que rápidamente ganaron notoriedad, como *Gundam* o *Evangelion*. Este

68 William Gibson, «Modern boys and mobile girls», *The Guardian,* 01/04/2011. En línea: <https://www.theguardian.com/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features>. [Consultado: 21/04/2019].

género de la ciencia ficción volvió a Estados Unidos de la mano de una cultura popular japonesa que reinterpretó los códigos del *cyberpunk* estadounidense y que, en su camino de vuelta a Occidente, influyó de manera radical en dibujantes, escritores y cineastas norteamericanos que han seguido haciendo evolucionar al género.[69] El auge internacional de la ciencia ficción sería uno de otros tantos fenómenos de la cultura popular japonesa que surgieron en esa encrucijada entre la influencia de la cultura estadounidense y la nipona. Precisamente, los teóricos del medio empezaron a señalar lo imprescindible que era tener en cuenta el amplio recorrido que Japón había llevado a cabo hasta situarse a las puertas del siglo XXI. Los planteamientos por alejarse de la modernidad en épocas de crisis, el nuevo vínculo desarrollado con Estados Unidos durante la segunda mitad del siglo XX y el auge y caída de Japón como potencia económica influirían notablemente en la creación de una cultura popular con rasgos muy particulares. En este contexto, fueron varias las voces que a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI empezaron a establecer una reflexión crítica de dicha cultura popular.

69 Cfr. Jaime Romero, «El imaginario estético de la creación artificial en la cultura popular japonesa», en Mariano Urraco y Francisco José Martínez (eds.), *De esclavos, robots y esclavas. Paisajes transmediáticos,* Madrid, Catarata, 2019, pp. 175-178.

# CAPÍTULO 3
# CRÍTICA DE LA CULTURA POPULAR DESDE LA FIGURA DEL *OTAKU*

La cultura popular japonesa contemporánea, la cual se gestó y desarrolló en el contexto de crecimiento económico de 1970, comenzó a popularizarse internacionalmente a principios de la década de 1990. Sin embargo, ya desde principios de la década de 1980 en Japón habían surgido voces, como la de Okada Toshio, que empezaron a llamar la atención sobre la progresiva expansión que la cultura del entretenimiento estaba experimentando. Poco a poco, el fenómeno empezó a dar el salto al ámbito de la reflexión académica, en el cual destacaron autores como Azuma Hiroki, doctor en Filosofía por la Universidad de Tokio. Al comienzo de su obra *Dōbutsukasuru posutomodan. Otaku kara mitanihon shakai [Otaku. Japan's database animals],* publicada en 2001, Azuma escribió:

> For it was precisely from the 1990s onward that Japanese anime and video and computer games obtained international acclaim and the strength of these fields was widely recognized […]. Okada suggests that "otaku culture may emerge as a major international trend" and Murakami that "perhaps Japan is the future of the world". These claims are very similar to Sakamoto Ryūichi's 1985 assertion that "for three to five hundred years there has never been a period where Japanism was as trendy as it is now. Even more so than the popularity of woodblock prints".[1]

1 Azuma Hiroki, *Otaku. Japan's database animals,* trad. de Jonathan E. Abel y Kono Shion, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009, p. 19.

El título de la obra de Azuma ponía el acento en la figura del *otaku,* pieza clave en los estudios que se estaban llevando a cabo en aquellos años sobre la cultura popular japonesa. El *otaku* se alzaba como uno de los representantes de aquellos mundos del entretenimiento y el consumo masivo que, poco a poco, estaban empezando a calar en Occidente. A pesar de que el concepto *otaku* ha sido ampliamente extendido en Europa y América, llegando incluso a ser aceptado en 2007 en el *Oxford English Dictionary,* su sentido no queda del todo claro. Ello se debe, por un lado, a la gran amplitud de significados que el fenómeno abarca y, por otro, precisamente a la popularidad que el término alcanzó en Occidente. Como Patrick W. Galbraith afirma, en Europa y América se utiliza frecuentemente el concepto, presente en festivales de manga y anime y eventos similares, dando por sentado su significado. El problema es que cuando se profundiza en este, lo que se halla es un compendio de tópicos y estereotipos que limitan el alcance y el significado de *otaku* a, por ejemplo, los fanáticos del manga o el anime. A pesar de que esta imagen también concuerda con la del *otaku,* ha de señalarse que el fenómeno va mucho más allá. En Japón incluso la manera de escribir el concepto generó amplios debates. La primera vez que apareció el término, a principios de la década de 1980, poseía matices despectivos y fue escrito en *hiragana* (おたく) y años después, en la década de 1990, surgieron voces en defensa del *otaku* que usaron la palabra escrita en *katakana* (オタク). En las últimas décadas, algunos investigadores han decidido usar el alfabeto latino para referirse también a los fanáticos no-japoneses de manga, anime y videojuegos surgidos en el extranjero *(otaku).*[2]

Ōtsuka Eiji ha sido uno de los muchos investigadores que han reflexionado sobre el significado de la palabra *otaku*. Según Ōtsuka,

2 Uno de los que esgrimió este concepto fue el propio Azuma, para el cual el fenómeno *otaku* no sería algo únicamente japonés, sino que debería ser enmarcado en un contexto más global. Cfr. Azuma, *Otaku. Japan's database animals,* p. 10.

esta surgió de manera natural en los entornos en los que estos fanáticos empezaron a reunirse. El problema es que en japonés no hay una palabra adecuada para el pronombre «tú» en una situación en la que desea hablarse de forma apasionada y personal sobre algo con alguien que no es amigo o miembro de la misma familia o empresa. En ese contexto, llamar a la otra persona por el pronombre en segunda persona del singular, *anata,* habría sonado extraño ya que tiene una connotación ciertamente íntima. Lo mismo ocurre con la forma *kimi,* también usada para designar la segunda persona del singular, y que posee un sentido íntimo cercano a *anata*. Como resultado, aquellos fans empezaron a usar el término *otaku,* un pronombre de segunda persona utilizado en el lenguaje honorífico; algo similar a lo que en español podría ser la designación «usted», pero con mayor grado de respeto si cabe (lo cual hacía del uso del término algo ciertamente ambiguo y excéntrico según Ōtsuka).[3] Como se mencionó, en Occidente el complejo acervo cultural e histórico que envuelve a la figura del *otaku* normalmente es desconocido o simplificado para hacerlo encajar con una imagen amable e inocente del fanático de los cómics, la animación, el *cosplay* y los videojuegos, entre otros. Esto es lo que explica que los fans occidentales y los eventos dedicados a ellos, normalmente, enarbolen el concepto con orgullo, a pesar de que este aún posee en Japón connotaciones ciertamente negativas entre un amplio número de la población.

La primera vez que apareció el término en un medio escrito se presentó como algo totalmente negativo e irrisorio. Fue en 1983, en una pequeña columna de cuatro entregas escrita por Nakamori Akio titulada «Investigación *otaku*». Esta columna fue publicada en junio, julio, agosto y septiembre en un apartado de la revista *Manga Burikko,* al cual se le dio el título de *Tokyo otona kurabu Jr* [Club adulto Tokio Jr.]. La columna era una edición especial de la

3 Entrevista a Ōtsuka Eiji en Galbraith, *The Moe Manifesto,* p. 40.

pequeña revista *Tokio otona kurabu,* cuyo editor jefe era el propio Nakamori. De las cuatro entregas de «Investigación *otaku*», Nakamori escribió las tres primeras. Probablemente Nakamori viese a los jóvenes fanáticos refiriéndose los unos a los otros a través de la extraña designación *«otaku»* mencionada por Ōtsuka y decidiese usar el término para ridiculizarlos. En la primera de las entregas, Nakamori hizo una descripción de aquellos individuos que solían acudir en masa a festivales como el Comiket:

> I was surprised not by the fact that more than 10,000 young men and women gathered, but rather by their bizarreness. How should I say it? You know, every class has one of those people who can't do sports, is withdrawn in the classroom, even during breaks, lurking in the shadows obsessing over a shogi game or something. They are like that, their hairstyle is either rumpled long hair clearly parted 7:3 at the front, or a dowdy, close bowl cut. They tottered back and forth, smartly clad in shirts and slacks their mommy bought at the "all ¥980/1980" rack at Itō Yōkadō or Seiyû, their feet shod in "R"-branded knock-offs of Regal sneakers that were popular several years ago, shoulder bags bulging and sagging. The boys are either skin and bones —borderline malnourished or squealing pale-faced piggies (warau shirobuta) with chubby faces so fat that the arms of their silver-plated glasses dug into the sides of their brow. All the girls sported bobbed hair and were mostly fat, having tubby legs like three-logs covered in white high-socks. Usually, they're the unnoticed corner-dwellers with downcast eyes, having no friends whatsoever, but today there are so many of them that I wonder where in the world they emerge from 10,000 of them milling around! And as if they're trying to get out of their usual gloominess, these people were just freaking out. There are those dressing up as anime characters, those in the creepy style you see in Azuma Hideo's manga, those simpering and pushing girls to buy their lolicon manga, those running around for no reason… Man, my head was about to explode.[4]

4 *Manga Burikko,* citado Cfr. Yamanaka Tomomi, «The Birth of 'Otaku': Centring on Discourse Dynamics in *Manga Burikko*», en Galbraith, Kam y Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan,* p. 36.

Una vez identificado quiénes y cómo eran los *otaku,* Nakamori se dispuso en las siguientes entregas a mencionar algunas de sus características, una vez más usando descripciones repletas de burlas. En su siguiente escrito habló por ejemplo de la dificultad que estos «seres» tendrían para encontrar una pareja sentimental normal. Esto los llevaría a juntarse entre ellos y a concebir una nueva generación de *otaku*. La tercera entrega siguió esta línea. Nakamori relató cómo llevó a su novia a una librería llamada *Free Space,* en la que algunos *otaku* solían reunirse:

> I was calling otaku "otaku", like saying, "See, that's an otaku, there's another otaku over there, oh and that guy is super otaku". The guy I was talking about didn't understand what otaku means, so their expression was blank like (the protagonist of) Oshin. Yumi was trying so hard not laugh, like, "Hahaha, stop it, Akiko" with a deep blush on her face [...] Yumi what was going on, then she shuddered, saying "Oh, my!" and reflexively fell back, trembling. Curious, I also looked in —and then I understood. There were seven or eight super otakus —otaku among otaku— swarming, spreading anime magazines and posters on the table, making jokes that only they understand and laughing so hard. This horrifying sight was like a hellish festival or an All Japan Otaku Cup Kanto Region Grand Final match, and I myself shuddered in horror. Yumi was shaken, saying, "Oh no, you have goose bumps", "Oh, I even got hives", "Yikes, where do all these people come from!?".[5]

Aquella columna de Nakamori generó gran controversia y críticas, lo que llevó a que su cuarta y última entrega no fuese escrita debido «a una repentina enfermedad del autor».[6] Tiempo después, Ōtsuka Eiji, uno de los editores en aquellos años de la revista *Manga Burikko,* criticaría los escritos de Nakamori argumentando que la forma en que usó el concepto *otaku* no fue desde la crítica, sino

5 *Ibid.*

6 Finalmente, la cuarta entrega saldría publicada por otro colaborador de *Tokyo otona kurabu,* Sonta Eiji. Dicho autor no rebajó el tono de Nakamori y concluyó la columna en la misma línea ya trazada. *Ibid.,* pp. 36-37.

más bien desde la pura discriminación. Según Ōtsuka, a pesar de que Nakamori participó de aficiones propias de los *otaku,* como el manga, o que era un ferviente admirador de ciertas *idols,* se presentó a sí mismo como miembro de la «nueva raza» *[shinjinrui]*. El término señalaba a la generación de jóvenes que habían crecido en el Japón del milagro económico de los años setenta y ochenta, un Japón, según Paul Herbig y Pat Borstorff, rico, poderoso, influyente y arrogante. Los *shinjinrui* fueron vistos como una generación con una formación académica reseñable, capacitados y a la espera de alcanzar buenos empleos. Pero también se la consideró una generación totalmente despolitizada *[shirakesedai],* centrada en el disfrute de sus cómodas vidas.[7] A pesar de que con el paso de los años algunos empezarían a criticarlos aludiendo a que fueron una generación mimada, que siempre logró lo que quiso con poco esfuerzo y sobreprotegidos durante toda su vida por sus padres y el sistema, Ōtsuka recuerda que en aquellos años: «*[shinjinrui]* were fashion leaders, trendsetters, and basically the cool kids of consumer culture. They knew about the right things—the popular and trendy things».[8] Nakamori creyó pertenecer a esa «nueva raza», así que se burló de los *otaku,* el grupo completamente opuesto a esa otra corriente *cool* y *fashion* que representaba la *shinjinrui*. Nadie habría apostado entonces que aquellos mundos, que suponían el núcleo de la fascinación de los *otaku,* a principios del siglo XXI empezarían a ser usados por el gobierno para fomentar, precisamente, una imagen *cool* del país. Antes de comenzar esa época dorada aún estaban por llegar algunos de los reveses más duros para la imagen del colectivo *otaku*.

En la historia del manga y el anime son frecuentemente citados los crímenes del asesino en serie Miyazaki Tsutomu. En 1988,

7 Cfr. Paul Herbig y Pat Borstorff, «Japan's Shinjinrui: the new breed», *International Journal of Social Economics,* 22 (1995), pp. 49-50.

8 Entrevista a Ōtsuka Eiji en Galbraith, *The Moe Manifesto,* p. 42.

Miyazaki secuestró y asesinó a cuatro niñas de entre cuatro y siete años de edad. Sus crímenes involucraron comportamientos patológicos como abuso sexual, necrofilia y preservación de partes de cadáveres como trofeo. Cuando la policía y los periodistas llegaron a su vivienda, su habitación estaba repleta de una gran colección de manga *shōjo, lolicon, hentai,* vídeos de animación y una pequeña colección de análisis académicos sobre la cultura juvenil, que incluía, entre otras, algunas obras del citado Ōtsuka Eiji. También se reveló que Miyazaki había escrito algunas críticas de animación en *dōjinshi* [fanzine] y había acudido al famoso festival Comiket. La opinión pública rápidamente ligó aquellas fechorías con la influencia ejercida por el manga y la animación. Cabe señalar que el cómic japonés, al igual que ocurriese en otros mercados como el norteamericano, desde la posguerra ha sido considerado por algunos sectores de la sociedad como una influencia nociva para niños y jóvenes.[9] Aunque el manga no ha sido censurado oficialmente a nivel nacional desde 1946, se ha visto afectado de forma recurrente por cierta interferencia institucional con respecto a su contenido moral, educativo, político, etc. La preocupación sobre el papel del manga en la sociedad se ha expresado a través de lo que Kinsella denomina un «activismo antimanga», que históricamente ha buscado una regulación más estricta del cómic nipón. Dicho activismo antimanga ha sido llevado a cabo por la colaboración entre organizaciones de ciudadanos, la Asociación de Padres y Maestros, gobiernos locales, organizaciones voluntarias y agencias nacionales cuasigubernamentales. Como Kinsella señala, este activismo alcanzó su máxima influencia durante el período de expansión

9 En Estados Unidos el caso más conocido habría sido el de la instauración del *Comics Code Authority* tras los polémicos análisis del psiquiatra Fredric Wertham en *Seduction of the Innocent,* publicada en 1954. En su texto Wertham expuso que la representación en los cómics de ciertos actos de violencia y de corte erótico podían acarrear consecuencias irremediables en la maduración mental de los menores.

inicial de la industria del manga entre 1965 y 1975, y por segunda vez durante la década de 1990, la cual dio comienzo bajo la impronta de los asesinatos de Miyazaki.[10] Años después, en 1995 se produjo otro crimen, esta vez por parte de la secta Aum Shinrikyō. La secta realizó un atentado con gas sarín en el metro de Tokio, matando a catorce personas y dejando miles heridos. El atentado causó un gran impacto en la sociedad japonesa, acostumbrada a lidiar con fenómenos devastadores como los desastres naturales, pero no con este tipo de actos terroristas. Okada señala que cuando salió a la luz que Aum estaba interesada en los animes de temática apocalíptica, se concluyó que era un «culto *otaku*», el cual, al igual que el asesino Miyazaki, había perdido el contacto con la realidad.[11]

Las características básicas que al comienzo de la década de 1980 la población atribuyó a los *otaku* ya eran ciertamente problemáticas. Estaba el retrato del *otaku* reflejado por Nakamori y que muchos compartían: una actitud muy poco social de aquel grupo con aquellos que no fuesen también *otaku,* el interés exacerbado que profesaban por productos destinados a los niños y, básicamente, su desligamiento de los cánones de la normalidad social nipona, entre otros factores. Además de eso, los episodios de Miyazaki y la secta Aum potenciaron aún más el rechazo entre una amplia parte de la sociedad. El *otaku* fue asumido como un marginado por voluntad propia, del que la cohesionada sociedad japonesa en ningún caso se habría enorgullecido. Sin embargo, su imagen comenzaría a cambiar progresivamente a principios del siglo XXI. Cabe decir que ese cambio nunca fue radical, es decir, aún hoy, en Japón, la figura del *otaku* sigue generando cierta inco-

10 Cfr. Sharon Kinsella, *Adult Manga. Culture and power in contemporary Japanese society,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2000, p. 139.

11 Cfr. Okada, «Introduction to Otakuology», p. 89 y Richard Gardner, «Aum Shinrikyo and a panic about Manga and Anime», en Mark MacWilliams (ed.), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime,* Nueva York, Routledge, 2015, pp. 209-215.

modidad y no es vista con buenos ojos por muchos. Se trata de una visión que choca directamente con la de numerosos fans occidentales que, orgullosos e inconscientes, manifiestan, en la mayoría de los casos con excesiva ligereza, su condición de *otaku;* sin duda, otro de los desfases entre el Japón imaginado y el Japón real.

Uno de los fenómenos clave que empezó a sacar la imagen del *otaku* de aquel ámbito puramente marginal fue la historia de *Densha otoko* [hombre tren]. Según Freedman se trató de uno de los fenómenos más importantes de la cultura popular japonesa de principios de siglo y uno de los máximos exponentes de la confluencia entre el desarrollo de los nuevos medios de comunicación y las tendencias de comercialización.[12] *Densha otoko* fue una historia de amor entre un *otaku* y una oficinista basada en hechos supuestamente reales. La historia fue narrada en tiempo real en el influyente foro de internet *2channel* por el *otaku* en cuestión, entre marzo y mayo de 2004. En cierto sentido, no hubo un autor único de aquella trama, sino que más bien la historia se fue entretejiendo a modo de diálogo entre los participantes que comentaron, debatieron y aconsejaron al *otaku* que se vio envuelto en aquella aventura.[13] Expuesto de manera resumida, la historia comenzó después de que el tímido *otaku* de veintidós años, el cual sería conocido en el foro mediante el apodo «Densha otoko», protegiese a una mujer en el tren de Tokio de un hombre ebrio que estaba molestándola. Al poco tiempo, la mujer le envió al joven unas exclusivas y costosas tazas de té de la marca Hermes como muestra de gratitud. Esto hizo que en el foro la mujer en

12 Cfr. Alisa Freedman, «*Train Man* and the Gender Politics of Japanese *'Otaku'* Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities», en Galbraith, Kam y Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan,* p. 129.

13 El foro 2channel fue fundado en 1999 por Nishimura Hiroyuki a la edad de veintitrés años. En la época en que apareció el *post* sobre Densha otoko el foro recibía millones de visitas al mes. Como es común en los foros de este tipo, todos los usuarios permanecen en el anonimato, ocultos bajo apodos, lo que les permite charlar sobre temas que podrían ser tabú en conversaciones convencionales.

cuestión fuera nombrada cariñosamente bajo el sobrenombre de «Hermes». Densha otoko, que nunca había tenido una relación de pareja, pidió consejo sobre cómo invitar a salir a la mujer.

En 2004, la conversación en línea, que se prolongó durante cincuenta y siete días y que incluyó más de veinte mil *posts,* fue editada en una historia de seis capítulos y puesta a disposición del público en un sitio web gratuito. Los propios fans se encargaron de traducir el sitio web en cuestión y su contenido a otros idiomas, lo que hizo que la historia se expandiese por todo el mundo. Cada capítulo de la novela *online* detalló una misión que el torpe *otaku* debía completar para acercarse cada vez más al romance con Hermes. No se trató de nada especial, sino de retos que incluían invitar a Hermes a cenar, tomarla de la mano, etc. La historia se insertaba así dentro de la corriente literaria de Amor puro que se popularizó por aquel entonces en Japón. Es este tipo de historias la pareja o, al menos uno de sus miembros, nunca había tenido ninguna experiencia sentimental y las tramas, en numerosas ocasiones, terminaban sin poder consumar dicho amor, lo cual ayudaba a mantenerlo así en un halo de pureza. Este no fue el caso del final de *Densha otoko* en el que, según la versión oficial, ambos protagonistas terminaron juntos. Así pues, en vista de la popularidad de la obra *online,* las empresas editoriales japonesas empezaron a competir por llevar aquella historia al formato libro. Aquel mismo año, en 2004, Nishimura, dueño del foro, concedió los derechos de publicación a Gunji Yoko, de la empresa editorial Shinchō.[14] Aunque el sitio web de la historia siguió siendo gratuito

14 Gunji Yoko consiguió hacerse con el proyecto gracias a su disposición a mantener la atmósfera lograda en el blog. Es decir, propuso diseñar el libro de manera que se asemejara a un chat en línea, presentando los *posts* que aparecieron en la discusión del foro en lugar de convertir la historia en una novela convencional con líneas argumentales elaboradas, descripciones de personajes y un uso elocuente del lenguaje. Cfr. Freedman, «*Train Man* and the Gender Politics of Japanese *'Otaku'* Culture», pp. 131-134.

y la dirección URL apareció incluso en la parte posterior del libro, se vendieron más de 260 000 ejemplares durante las primeras semanas de su lanzamiento y, tras la película y serie de televisión que se lanzaron en 2005, las ventas alcanzaron el millón y medio de ejemplares. También, con base en la historia de *Densha otoko,* se publicaron cuatro series de manga, una obra de teatro e incluso una película para adultos. El éxito comercial y algunos episodios extraños que ocurrieron durante el desarrollo del hilo del foro rápidamente generaron debates sobre si la historia era real o no. Se planteó incluso que fuese un producto creado en el foro por Fuji Television y Dentsu Advertising Company, en connivencia con Nishimura (dueño de 2channel) e incluso con el Gobierno japonés.[15]

Basado en hechos reales o no, lo cierto es que el fenómeno *Densha otoko* produjo algunas derivas importantes en un momento de la historia en que el manga, el anime, los videojuegos y el resto de elementos propios del mundo *otaku* estaban consolidándose internacionalmente. Eran los años en que Japón estaba entretejiendo sus nuevas estrategias *soft power* a través de la cultura popular y de sus campañas del *Cool Japan,* las cuales comenzaron a potenciarse en torno al año 2005. Aquella figura del *otaku* estaba insertándose en la imagen global de Japón como *groos national cool,* que Douglas McGray destacaría en su conocido artículo de 2002.[16] Muestra de su éxito internacional fue su acogida, nuevamente, en el terreno de las ferias de arte, las cuales han sido ventanas históricas desde las que Japón se ha mostrado al mundo. En este contexto destacó el pabellón que Japón construyó para la IX Bienal Internacional de Arquitectura, celebrada en 2004. Dicha sala estuvo dedicada a la figura del *otaku* y al resto de productos que giraban en torno a ella.

---

15 *Ibid.,* p. 138.

16 Cfr. Douglas McGray, «Japan's Gross National Cool», *Foreing Policity,* 2002. En línea: <http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_national_cool>. [Consultado: 11/05/2019].

Según reflejó la exposición, el pabellón propuesto por Japón buscaba analizar el impacto del *otaku* en la planificación urbana y la atmósfera cultural del país. Para su desarrollo se contó con las colaboraciones, entre otros, del arquitecto Tange Kenzō, del citado Okada Toshio y de la famosa empresa de figuras Kaiyōdō, la misma con la que Murakami trabajó a finales del siglo XX para crear sus esculturas. Precisamente, el catálogo vino acompañado, a modo de regalo, de una de estas figuras de estética manga que los *otaku* y fans del manganime acostumbran a comprar y coleccionar (fig. 19).

Este tipo de espacios *otaku* siguieron sirviendo de inspiración a ciertos artistas en los años sucesivos. Entre ellos cabe destacar el caso de Mr., estrechamente relacionado con la figura de Murakami Takashi.[17] Mr., autoproclamado *otaku,* realizó en 2012 una instalación que volvería a abordar el espacio *otaku,* pero desde una perspectiva muy diferente a la del Pabellón Japonés de la Bienal de 2004. Lo hizo para la exposición *Metamorphosis: Give me your Wings,* desarrollada en el centro de la Lehmann Maupin Gallery de Nueva York (fig. 20). Tal como recogió el documental *Live on: Mr's Japanese Neo-pop,* Mr. reunió una gran cantidad de objetos *otaku* que ensambló y situó en medio de la sala. El resultado fue una escultura o, más bien, una masa informe y heterogénea conformada por todo tipo de elementos como muñecos, ordenadores, objetos de decoración, figuras de anime, mangas, etc. La obra «molestaba», ocupaba un gran espacio, por lo que esquivarla para tratar de ver el resto de pinturas se tornaba una forma paradigmática de interacción. Podría decirse que casi como una metáfora de aquel modo en que la sociedad nipona interactuó con la subcultura *otaku* en la década de 1980. La obra de Mr. permitía

17 Mr. fue apadrinado profesionalmente durante más de veinte años por Murakami, pasando así a engrosar la lista de artistas pertenecientes a la empresa de arte Kaikai Kiki Gallery.

*Fig. 19. Catálogo de la IX Bienal Internacional de Arquitectura junto a la figura en vinilo creada por Kaiyōdō. Fuente: The Japan Foundation*

así una interpretación, en clave irónica, sobre cómo todo aquel amasijo de «basura *otaku*» pasó de ser considerado como tal por la sociedad japonesa a poblar los museos de todo el mundo.[18]

En efecto, con su obra, Mr. señaló lo mucho que estaba cambiando tanto el panorama del entretenimiento como el del ámbito artístico internacional respecto a los elementos de la cultura japonesa y la figura del *otaku*. Antes de que aquel cambio de paradigma se consolidase a comienzos del siglo XXI, una de las primeras voces en salir en defensa de lo *otaku* y en hacer algunas de las primeras consideraciones positivas sobre la cultura popular nipona fue la de Okada Toshio. Apodado el *otaking* [rey *otaku*], Okada inició una defensa acérrima del mundo *otaku,* llegando a referir a

18 Poniendo énfasis en esta realidad *otaku,* en la inauguración de su exposición, Mr. llevó a cabo un ejercicio de *cosplay* disfrazándose de una heroína de cómic y saliendo ante el público a cantar como si de un karaoke se tratase. Con ello mostraba cómo aquello por lo que parecía que hace unos años debían «avergonzarse» estaba derivando en algo excéntrico y *cool*. Cfr. Guillaume Zicarelli, *Live on: Mr's Japanese Neo-pop,* documental, 2015. En línea: <https://www.youtube.com/watch?v=Ujn7KTIkFjI>. [Consultado: 01/06/2019].

este grupo como «el verdadero heredero de la cultura tradicional japonesa». Este tipo de afirmaciones fueron llevadas a cabo en el contexto del Edo *boom* que acaeció durante la posmodernidad.

### 3.1. Okada Toshio: el Edo *boom*. la cultura popular en el contexto posmoderno

Okada es considerado hoy día como uno de los expertos a tener en cuenta sobre el tema del *otaku* y la cultura del entretenimiento con la que se lo relaciona. Muestra de su influencia fue la ayuda que se le solicitó para la planificación del citado pabellón japonés de la Bienal del año 2004. Entre otras cosas, Okada saltó a la fama por ser el cofundador de Daicon Film, estudio a través del cual se produjeron *openings* y secuencias de animación para convenciones de ciencia ficción entre 1981 y 1983; cofundador de General Products, una de las primeras tiendas en producir g*arage kits* y cofundador del conocido estudio de animación Gainax, entre cuyos éxitos destaca el anime *Neon Genesis Evangelion*.[19] Así pues, en oposición a autores como Nakamori y a la opinión pública general conformada tras los acontecimientos de Miyazaki y la secta Aum Shinrikyō, este autor fue uno de los primeros que, a través de canales oficiales, defendieron la figura del *otaku* públicamente a principios de la década de 1990.

Entre sus intervenciones más importantes destacaron las conferencias que pronunció entre octubre de 1994 y marzo de 1995 en la prestigiosa Universidad de Tokio. En aquellos años escribió

19 Los *garage kits* tienen relación con lo que en Occidente se conoce como modelismo. Son figuras que pueden estar fabricadas de plástico, poliuretano o resina y suelen estar basadas en algún personaje del manga o el anime. Las figuras vienen empaquetadas en piezas sueltas y sin pintar, por lo que deben ser armadas desde cero y pintadas a mano con todo lo que el proceso conlleva. Estas características del producto posibilitaron a los compradores hacer intervenciones en las piezas originales, intercambiarlas por otras, pintarlas de diversas maneras, etc. Hoy en día este tipo de figuras a escala son muy populares y hay numerosos concursos al año en los que los participantes muestran sus propios diseños.

*Fig. 20. Mr.,* El Mundo de Nadie muere / La habitación de Mr., *2008 (21/11-05/12) y* Live on: Mr's Japanese Neo-pop, *2015 (15:36). Fuente: Kaikai Kiki Gallery y G. Zicarelli, documental* Live on: Mr's Japanese Neo-pop. *©2008 Mr. / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados. ©2015 Kaikai Kiki Co., Ltd. Artwork©Mr. / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

una reseñable cantidad de obras y ensayos sobre el tema, destacando *Otakugaku nyūmon* [Introducción a la Otakuología], publicada en 1996. En esta obra, Okada puso especial atención en las prácticas de los fans más acérrimos del manga, y sobre todo del anime, surgidos en las décadas de 1970 y 1980. El autor argumentó que estos fans eran capaces de percibir los diferentes estilos de animación y la artesanía que había tras ellos. No eran simplemente espectadores-consumidores, sino que eran capaces de hacer valoraciones con ojo crítico y experto además de sumarse al propio acto creativo de la industria a través de los *dōjinshi, los ga-*

*rage kits,* etc.[20] Según sus teorías, el cambio de la imagen negativa del *otaku* podía sustentarse en dos factores clave: el éxito de la cultura popular japonesa en el extranjero y la conexión que cabía hacer entre el *otaku* y el Japón premoderno. Este segundo factor, que buscaba un retorno al pasado (concretamente al añorado Japón Edo), se insertaba así dentro del segundo movimiento del Edo *boom* que, tras las décadas de 1920 y 1930, volvió a acontecer en los años de la posmodernidad. Antes de abordar algunas de las características de este retorno a Edo de Okada, así como de artistas que conectarían con sus teorías como Murakami Takashi, cabe analizar la manera en que este autor valoró las posibilidades de la cultura popular japonesa, a la cual puso a dialogar con los conceptos de «arte» y «cultura».

En la introducción de *Otakugaku nyūmon,* Okada recordó una anécdota que le sucedió con un grupo de artistas franceses llegados a Japón a principios de la década de 1990 gracias a una subvención del gobierno japonés. El grupo se llamaba Atelier Alma y en aquellos días estaba presentando su exhibición. En una de sus intervenciones públicas, Okada preguntó si ellos, como artistas que eran,

20 Cabe mencionar que Okada dividió a los *otaku* en tres generaciones: aquellos nacidos en torno a 1955, y por tanto pertenecientes al contexto de la década de 1970 y principios de 1980; los nacidos en 1965, que habrían conformado sus gustos a finales de 1980, y por último, la generación nacida en torno a 1975, configurada como *otaku* a partir de la década de 1990 en adelante. Okada otorgó todo el valor creativo y contracultural a las primeras generaciones, mientras que la tercera, y aquellas que la sucedieron, fueron catalogadas por el autor como una generación *moe-otaku,* sin sentido de colectividad y cada vez más encerradas en sus mundos particulares. Estas generaciones, además, no estarían centradas en analizar las tramas de las historias, efectos especiales de los animes e información diversa, sino únicamente en la veneración de los personajes adorables y *moe* que aparecían. Según el autor expuso en 2008 en su polémica obra *Otaku wa sude ni shindeiru* [*Otaku* ha muerto], estas nuevas generaciones estarían acabando con la esencia y posibilidades transformadoras del *otaku*. Una división similar de las generaciones *otaku* habría sido llevada a cabo también por autores como Azuma. Cfr. Okada Toshio, *Otaku wa sudeni sindeiru,* Tokio, Shinchōsha, 2008, pp. 71-80.

valoraban los videojuegos (tales como *Super Mario* o *Sonic*) como arte. Lawrence, el artista principal de Atelier Alma respondió entre risas que los videojuegos no eran arte y que, particularmente, en su casa había restricciones estrictas sobre ellos. Solo les permitía a sus hijos jugar una hora los domingos, de lo contrario no harían otra cosa que estar pegados a la pantalla, apostilló. Al contrario, más que el uso de videojuegos para los tiempos de ocio, el artista explicó que solía llevar a su familia a museos, galerías y sitios por el estilo para enseñarles lo que verdaderamente era el arte. Okada bromea en su escrito diciendo que, ante aquella elevada respuesta, debió quedar como alguien realmente inculto.[21] A partir de esa anécdota el autor llevó a cabo una serie de planteamientos sobre el papel de la alta cultura, de la contracultura y de la subcultura. Según Okada, para Lawrence y su grupo el arte era algo ligado a la educación, entendida esta como un ámbito opuesto al del entretenimiento mundano. En su texto, el japonés trata de evitar hacer valoraciones personales sobre la opinión del artista, pero sí manifiesta su oposición a la idea de que el arte forme parte de una cultura de adultos, educada y elevada. Si esto fuese así, de ello se deduciría que la cultura que disfrutan los niños sería una cultura diferente y antagónica al arte y a la cultura legítima y formal.[22]

De este modo, para Okada, en el contexto de la respuesta de Atelier Alma, no debe entenderse la «cultura de los niños» como una cultura destinada verdaderamente para el disfrute de los niños, sino como un ámbito enfocado a formar o educar a los pequeños con el fin de convertirlos en adultos de provecho. En este sentido, planteó, el anime japonés, por ejemplo, pocas veces podría ser incluido en la cultura para niños europea ya que no posee un objetivo educativo y, además, presenta escenas de extrema crudeza, donde los personajes se golpean los unos a otros

21 Cfr. Okada, «Introduction to Otakuology», p. 89.
22 *Ibid.*, p. 91.

de manera realista y usan un vocabulario vulgar. Según este autor, esta cultura predominante sentaba sus raíces en la tradición europea en la cual la cultura dominante, aquella que gira en torno a la institución Universidad y que alberga arte, literatura, música clásica, etc., se alza como una muestra de estatus. En el contexto europeo fueron tradicionalmente las clases bajas las que no podían acceder a dicha cultura dominante. Okada, llegado a este punto, quizá se muestre algo radical en sus planteamientos al exponer que en Europa, donde aún permanece latente esa atmósfera que diferencia entre clases sociales, «not acquiring dominant culture and lowering your class status is almost comparable to suicide».[23] La premisa de la que parten sus reflexiones queda clara: para el autor, una educación basada en la cultura dominante es lo que explica respuestas como las de Atelier Alma, un grupo de artistas forjado en la alta esfera francesa, sobre el arte y la cultura del entretenimiento. Okada trató de proponer un origen de aquella cultura dominante a través del cual describir algunas de sus características. Así pues, el japonés recurrió a las dos grandes fuentes culturales de Europa: la tradición filosófica griega y la religión cristiana. La primera habría puesto el énfasis en la razón, en la certeza de que todo era explicable de manera lógica, lejos de los mitos y cuentos tradicionales. De aquello se habría derivado la premisa de que si los humanos realizan los esfuerzos necesarios y adquieren cierto grado de inteligencia y conocimientos todo puede ser explicado. Okada aunó dicha máxima con la separación que el cristianismo realizó entre el cosmos (el mundo ordenado) y el caos. Al mundo de Dios pertenecería el primero, mientras que el segundo sería propio de los demonios y bestias del inframundo.

En este contexto, Okada recurrió a la metáfora de la ciudad-fortaleza del medievo. El entorno fortificado en el que se escuchaba el tañer de las campanas de la iglesia era el terreno

23 *Ibid.,* p. 91.

seguro, el cosmos, al amparo de Dios; mientras que el bosque de alrededor, fuera de las fronteras, ocuparía el lugar del caos y la calamidad.[24] De aquel compendio de tradiciones habría surgido la visión de la ciencia occidental, muy alejada de las visiones espirituales y cosmológicas de tradiciones como la china. Así pues, en Occidente, la Razón, expresada entonces bajo el cobijo de la ciencia, habría tomado como suya la tarea de desvelar el mundo del caos y lo inexplicable para ir reintegrando dichos espacios en el mundo del cosmos. Es decir, para ir ampliando aquellos muros de la ciudad-fortaleza a medida que se ganaba terreno al bosque que la rodea. En esta metáfora de la ciudad medieval europea el niño representaría el caos, el cual habría que doblegar o iluminar, algo a lo que instruir para que, a medida que creciese, fuese internándose en el mundo del cosmos entendido en este caso como el mundo adulto y humano. Según estas referencias, parece que Okada trata de fijar cómo para los europeos, el acercamiento a los elementos de la cultura dominante equivale a un acercamiento a lo civilizado, noble y de alta cuna; mientras que las clases bajas se encuentran más cercanas a los límites de la ciudad imaginaria, cercanas al bosque. Esta necesidad de los miembros de la cultura dominante de distinguirse de las clases bajas o de cultura inferior, según el análisis de Okada, se hizo más acuciante aún con la llegada de la Revolución Industrial y la sociedad que poco a poco dicha revolución empezó a conformar. Ello se debió a que la adquisición de riquezas de los europeos igualó las diferencias entre los estamentos, otorgando a la mayoría una cierta clase. El autor usa para referirse a ello la expresión «popularización de la cultura aristocrática». En este contexto, las directrices de la cultura dominante se hicieron aún más férreas y exigentes. Es aquí

24 Okada recurre aquí a la imagen del famoso videojuego *Dragon Quest* en el que se reproducen estos esquemas de la ciudad europea. Si hoy se buscasen ejemplos contemporáneos dentro de la cultura popular nipona para ilustrar el discurso de Okada podría recurrirse igualmente a títulos como *Ataque a los Titanes*.

donde Okada sitúa el surgimiento de las primeras derivas de la contracultura, es decir, una cultura de la resistencia que se opone a las directrices de la cultura dominante.[25] A pesar de eso, en su análisis de la cultura popular, el elemento que verdaderamente interesa a Okada es el de la subcultura, un ámbito que iría un paso más allá de la contracultura.

En opinión del autor, la subcultura surgiría precisamente en Estados Unidos. Los esfuerzos de Okada por reconstruir algunas bases históricas de movimientos tan complejos como el de la contracultura, subcultura y cultura popular nipona resultan loables. Pero, con todo, en este caso sus premisas vuelven a ser ciertamente reduccionistas. Según el japonés la subcultura apareció en Estados Unidos precisamente porque fue una sociedad en la que las diferencias de clases no fueron tan acuciadas como en el viejo continente. Al no existir una cultura dominante autoritaria que trató de imponerse a los jóvenes, estos no tuvieron contra qué rebelarse, por lo que la contracultura se tornó subcultura.[26] Por supuesto, esta afirmación de Okada parte de una idealización de la sociedad norteamericana que obvia los numerosos movimientos sociales y reivindicaciones que se han sucedido a lo largo de la historia de Estados Unidos. A pesar de ello, debe entenderse que lo que Okada estaba tratando de plantear era un recorrido hacia Japón, en donde, finalmente, surgirá la cultura popular japonesa, la cual no puede entenderse ni como cultura dominante, ni como contracultura, ni como subcultura. Aunque en las teorías de Okada la importancia concedida a la influencia de la cultura estadounidense será menor que en autores como Azuma, para este autor no puede obviarse el hecho de que la subcultura es una cultura del consumo de masas, propia del modelo capitalista norteamericano. Estos rasgos, sin duda, influirían a la cultura popular que surgiría

25 Cfr. Okada, «Introduction to Otakuology», p. 93.
26 *Ibid*.

en Japón. Okada señala además que en Estados Unidos la subcultura ha llegado a imponerse a la cultura dominante.

En este contexto de influencias provenientes de Estados Unidos, Okada reflexionó sobre las relaciones históricas de Japón con el país norteamericano. En efecto, de entre todas las potencias occidentales fue la nación norteamericana la que obligó a abrir al mundo los puertos del archipiélago nipón a finales del período Edo. Japón se sumió entonces en un fervor desmedido que le llevó a ver todo lo occidental como superior y digno de imitación. Precisamente, como recuerda Okada, fue aquella imitación radical de los modelos occidentales lo que impulsó a Japón a embarcarse en sus campañas bélicas y, finalmente, a entrar en guerra con Estados Unidos. Tras su derrota a manos de este, nuevamente, lo norteamericano volvió a ocupar la cúspide de la pirámide de influencias en Japón. Gracias a ello la economía se recuperó y superó incluso a la de otras naciones occidentales. Sin embargo, Okada sugiere que, desde entonces, el país volvió a ese estado semicolonizado en el que la máxima que se repetía era *America style is cool!* En este contexto, para Okada, parece como si Japón perdiese su valor en el resto del mundo, como si su influencia cultural fuese demasiado débil o incluso inexistente, llegando a afirmar: «If the country called Japan were to disappear right now at this very moment, the world probably would not suffer a loss in the cultural sense».[27] En efecto, este sentimiento fue compartido por ciertos autores de la época que, a finales del siglo XX, empezaron a volver a cuestionarse qué papel ocupaba Japón dentro del ámbito de la esfera cultural internacional. El archipiélago japonés en aquellos años aún ostentaba el puesto de gigante económico, pero a diferencia de otras potencias como Estados Unidos, la pregunta que flotaba en el ambiente era si Japón, además, podía llegar a ser una potencia cultural que expandiese su influencia por el mundo. El premio no-

27 *Ibid.*, p. 94.

bel de Literatura Ōe Kenzaburō meditó sobre ello cuando habló de Japón como una «economía sin rostro». Según expuso el escritor: «You know why Honda is great, but we don't care about Honda. We care that our cultural life is unknown to you».[28] También Iwabuchi Koichi, en una línea similar a la de Okada afirmó en relación a aquellos años: «As a Japanese, I had implicitly accepted the idea of Japan as a faceless economic superpower. Japan has money and technology but does not have a cultural influence on the World».[29]

Sin embargo, el propio Iwabuchi admitiría estar equivocado al observar la amplia acogida internacional que ciertos productos de la cultura popular nipona empezaron a obtener a principios de la década de 1990. Precisamente, es en ese mismo punto en el que Okada incide. La prevalencia de Japón en el mundo se asentaba en el manga, anime, videojuegos y todos aquellos otros elementos que giraban en torno a la cultura popular. Era precisamente dicha cultura popular, la cual había recibido una escasa atención hasta aquellos años por los propios nipones, la que permitía a Japón encontrar un ámbito desde el que exportar su influencia al mundo. En aquel contexto, Okada trató de desentrañar algunas de las características de dicha cultura popular, la cual según afirmó era exclusiva y única de Japón y en nada se asemejaba a otros ámbitos como el de la cultura dominante o la contracultura. Ni siquiera debía ser asumida como subcultura en su sentido norteamericano. La cultura popular japonesa era «otra cosa», según defendió Okada, y su singularidad partía de la diferencia que había en Japón, con respecto a Occidente, sobre la concepción del niño y la infancia en general.[30]

El autor recurrió a ejemplos de lo más heterogéneos y, normalmente, basados en la tradición. En este sentido, podría argu-

28 Ōe Kenzaburō, citado en Iwabuchi, *Recentering Globalization,* p. 2.
29 *Ibid*.
30 Cfr. Okada, «Introduction to Otakuology», p. 94.

mentarse que muchas de sus afirmaciones, de manera consciente o inconsciente, podrían enmarcarse dentro del *nihonjinron,* como años más tarde criticarían autores como Ōtsuka Eiji.[31] Así pues, utilizando referencias que iban desde el teatro kabuki hasta la excentricidad buscada y reafirmada por algunos pintores de arte zen, Okada trató de demostrar que, en Japón, a diferencia de Occidente, los niños no eran considerados «entidades caóticas». Es decir, que su figura no era aprehendida como la de un adulto incompleto, sino más bien como una «figura humana primordial», cercana «al estado de naturaleza».[32] Okada partió en su argumentación nuevamente de la metáfora de la ciudad, aludiendo a que, a diferencia de las ciudades medievales europeas, las ciudades y poblados japoneses siempre habían estado en contacto directo con el bosque que los rodeaba, situando en ellos sus santuarios y lugares de culto.

Lo que pretendía afirmar con esto es que, al igual que en Japón el límite entre la ciudad y el bosque era difuso, también lo eran los límites entre el adulto y el niño. En este sentido, en Japón, la llamada «cultura de los niños» no se utilizaba como un medio para instruir o educar a los menores para ser adultos de provecho, sino que ya desde entonces se los trataba, en cierta medida, como adultos o «humanos completos». Esto es lo que explicaría que en los mangas y animes aparezcan tramas y elementos que escandalizan a los europeos y americanos: sentimientos confusos y complejos como en el caso de la relación de *Heidi* con su abuelo, las escenas de violencia y guerra futuristas propias de la ciencia ficción o las críticas a la sociedad en títulos como *Crayon Shinchan* son alguno de los ejemplos que Okada menciona. Obviamente, según el autor, los niños comprenderán más o menos el trasfondo de aquellas

31 Cfr. Ōtsuka Eiji, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», en Galbraith, Kam y Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan,* p. xiv.

32 Cfr. Okada, «Introduction to Otakuology», pp. 94-95.

historias dependiendo de su edad, pero en Japón no se ha concluido que, por el mero hecho de ser niños y de que habrá cosas que escapen a su comprensión, no deberían estar expuestos a ellas. En efecto, además de los ejemplos de Okada, existirían otros como los de las famosas películas del estudio de animación Ghibli que entrarían en estas disquisiciones. Esto es lo que, según defendió Okada, hace de la cultura *otaku* y de la cultura popular con la que se relaciona una cultura de los niños única en el mundo. En efecto, estos ámbitos toman prestadas las estéticas manganime que, *a priori,* parecen formar parte del mundo infantil. Eso es lo que ha hecho que sea accesible a todos y por lo que su fama se ha expandido de forma global.

El autor planteó que existiría un segundo factor que llevó a la cultura popular japonesa a ostentar el puesto que hoy ocupa: la pervivencia del carácter artístico-artesanal que se desarrolló en el período Edo y que vuelve a hacerse patente en el mundo *otaku*. Este carácter se sumaría así a los múltiples elementos que hacen de la cultura *otaku* algo único en el mundo, exclusivo de Japón y de su tradición artística. En este contexto, debe recordarse que Okada llevó a cabo sus análisis en el ámbito del citado Edo *boom*. De este modo, para Okada, los *otaku* no son meros consumidores, sino que saben apreciar la calidad y nivel artesanal de los productos que disfrutan, ya sea de las figuras que coleccionan, la animación que ven o el diseño de los personajes de los mangas que leen. Para ilustrarlo recurre al ejemplo de una pipa para fumar: no importa cómo sea dicha pipa, si no se sabe nada sobre ellas todas serán iguales y no cabrá valoración alguna. Sin embargo, quienes verdaderamente comprenden la pipa la experimentan de una manera diferente. Los clientes, en este caso, entienden los códigos del creador. Teniendo esto en cuenta, atribuye al *otaku* tres de los atributos clave del *flâneur* de Edo *[suijin]: iki, takumi* y *tsū:*

> They have to be the ultimately sophisticated people who have all three of the core *otaku* abilities: the eye of sophistication *(iki)* to

> discover beauty in works, the eye of the craftsman *(takumi)* to evaluate the art of craftsmanship; and the eye of the expert *(tsû)* to grasp the work's social positioning.[33]

Estas personas que tienen la capacidad para entender la belleza del trabajo y son capaces de poner esta en palabras y comentarios son tan importantes como el propio artista o artesano en cuestión.[34] Según Okada, esta especial relación entre artesano y cliente que se da en este tipo de artes no es propia de los países occidentales, en los cuales la visión idealizada del genio-creador sitúa al artista en un lugar por encima del resto del público. El artista occidental, en el contexto propio de las bellas artes, no se rebaja entonces al plano mundano: hace oídos sordos a lo que el cliente demanda, considera o aconseja.[35]

En efecto, la alusión que hace Okada aquí parece apropiada al menos en el contexto del Japón premoderno, en el que el arte japonés era más cercano al sentido tradicional de *kōgei [arts and crafts]* que al de *bijutsu* [bellas artes].[36] Es significativo que, en esta defensa de la cultura popular nipona contemporánea que Okada plantea, el autor recurriese a este sentido artesanal propio del Japón Edo. Así pues, sus reflexiones podrían nutrir en cierto modo el debate en torno a los conceptos clave de la estética occi-

---

33 *Ibid*., p. 98. Resulta sintomático que, en este contexto posmoderno de «retorno a Edo», Okada recurra nuevamente al concepto *iki,* que ya fue investigado y reinterpretado en el primer Edo *boom* de la primera mitad del siglo XX por el esteta Kuki Shūzō. Cfr. Kuki Shūzō, *La estructura del Iki,* prólogo de Camille Loivier, trad. de Lil Sclavo, Buenos Aires, El Cuenco de Plata, 2012, pp. 12-14.

34 Okada pone el ejemplo del maestro del té Sen no Rikyū, que no creaba él mismo las tazas de té, pero cuyas valoraciones sobre estas eran tan preciadas como los utensilios en sí y podían reportar gran fama a los artesanos en cuestión.

35 *Ibid*.

36 Cfr. Kitazawa Noriaki, «The Genesis of the Kōgei (Craft) Genre and the Avant-Garde: Surrounding the Creation of the Tokyo Municipal Museum of Art», trad. de Chelsea Foxwell, en Yuko Kikuchi (ed.), *East Asian Design History Reader. Vol. 1,* Leiden, Brill, 2018. En línea: <https://readingeastasia.wordpress.com/reading/>. [Consultado: 11/04/2017].

dental que fueron importados en torno al período Meiji.[37] Si se toma distancia con respecto a conceptos como el de *bijutsu*, surgido en Japón con el advenimiento de la modernización, y se hace una aproximación a un paradigma premoderno, como el del Japón Edo, nos encontramos con un mundo en el que las artes del placer y el entretenimiento gozaban de una gran popularidad entre los japoneses y eran veneradas entre los occidentales. El caso más reseñable a este respecto era el de la estampa *ukiyo-e,* uno de los ejes del japonismo. No debe perderse de vista que las disquisiciones de Okada fueron llevadas a cabo en el contexto de la posmodernidad, en el que al parecer volvió a producirse una popularización o plebeyización de la cultura aristocrática.

Así pues, en dicho contexto, el autor nipón recurrió nuevamente al Japón Edo, el bastión intelectual japonés en el que guarecerse cuando se producían desencantos con las influencias occidentales. No cabe el entretenimiento dentro del mundo del gran arte, recordaban los artistas de Atelier Alma. Los videojuegos, el manga, anime y restos de productos de la cultura popular no eran arte según este punto de vista. Si esto es así, lo único que queda, parece plantear Okada, es retornar a una forma de entender el arte más propicia para la cultura popular contemporánea, una forma de entender el arte previa a la llegada de la influencia occidental. El resultado de la propuesta de Okada es un juego de referencias que busca criticar el modelo artístico occidental a la vez que recurre a una época pretérita, la del período Edo, venerada por los

37 El concepto *bijutsu* surgió en Japón para designar a lo que en Europa se conocía como bellas artes. La primera aparición del término fue en 1873, tras la traducción al japonés del catálogo de la Exhibición Universal de Viena celebrada el año anterior. El sistema artístico japonés quedó entonces trastocado tras la irrupción de esta nueva cosmovisión artística proveniente de Europa estableciéndose, así, una jerarquía en la que *bijutsu* se ubicó por encima de *kōgei*. Mientras *bijutsu* se asoció a las artes mayores, *kōgei* designó a las artes menores. Cfr. Daniel Sastre, *Arte y nación. El discurso de la historia del arte en el Japón Meiji,* Barcelona, Bellaterra, 2019, pp. 34-35.

propios occidentales que exportaron dicho modelo. Todo esto sucede además en torno a las décadas de 1980 y 1990, en las que la posmodernidad y las artes surgidas en su seno pusieron el énfasis en la cultura de masas.

En ese sentido, también artistas como Murakami se embarcarían en aquel redescubrimiento del Japón premoderno con el fin de reflexionar y llevar a un estrato artístico superior los elementos de la cultura popular japonesa. Precisamente, la pretensión fundamental de su movimiento *superflat,* el cual Murakami propone como el primer ismo japonés, era «aplanar» esta diferenciación entre gran arte y cultura popular.[38] Su alusión al pasado como forma de fundamentar sus teorías queda en evidencia desde el principio de su manifiesto. En el caso de Murakami, aquel redescubrimiento vino de la mano de la obra *Kisō no keifu [Lineage of Eccentrics],* escrita por Tsuji Nobuo en 1970. Como este artista ha afirmado en numerosas ocasiones, en ella encontró un marco conceptual desde el cual estructurar su visión artística.[39] En *Lineage of Eccentrics,* Tsuji exploró la carrera y el trabajo de seis artistas del período Edo: Iwasa Matabei, Kanō Sansetsu, Itō Jakuchu, Soga Shōhaku, Nagasawa Rosetsu y Utagawa Kuniyoshi. Estos artistas no podían agruparse bajo su afiliación a una escuela común, estilo o temas de pintura, por lo que Tsuji propuso el concepto de *kisō* [excentricidad] como el elemento aglutinante de su estudio.[40]

Aquel mismo sentido de excentricidad sería recuperado años después por el propio Murakami, que mezclaría tanto las influencias provenientes de estos artistas del período Edo como la de pro-

38 Cfr. Murakami, «A Theory of Super Flat Japanese Art», p. 21.

39 Cfr. Murakami Takashi y Tsuji Nobuo, *Nobuo Tsuji vs. Takashi Murakami. Battle Royale! Japanese Art History Battle Royal,* Tokio, Kaikai Kiki Co., Ltd., 2017, p. 20.

40 Cfr. Nishimura Anne, «Negotiating the global, engaging with the local», en Nishimura Anne (ed.), *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics. A collaboration with Nobuo Tsuji and The Museum of Fine Arts, Boston,* Boston, MFA Publications, 2018, p. 28.

ductos de la cultura popular como el manga y el anime. En cierto sentido, también el propio Tsuji se adhirió a esa visión nostálgica del pasado premoderno que representaba el período Edo; un período, según este historiador del arte, de ilimitada creatividad y experimentación a pesar de las restricciones impuestas a la población por el Gobierno Tokugawa.[41] Así pues, al igual que en el caso de Okada, las prácticas de Murakami se insertaron en un compendio de teorías y derivas que fluían entre las prácticas artísticas del Japón premoderno y las posmodernas. Entre los múltiples ejemplos destacaría el de su estudio Kaikai Kiki. Se trata este de un taller colectivo en el que decenas de trabajadores colaboran a partir de los diseños de Murakami para dar lugar a las obras de arte en cuestión. En unas conversaciones entre Damien Hirst y el propio Murakami en 2009, el artista japonés declaró:

> I have about four designers who undertake such steps as tracing the draft plans and choosing the colors. Then, the data for the plans are distributed among the studio in the suburbs of Tokyo and the studio in Long Island City, where a total of about 40 staff members (about 20 staff members in each studio) paint the work. Actually, even if we put the pedal to the metal, around 30-40 works are completed.[42]

Han sido varios los autores que, tomando como base las declaraciones del propio Murakami sobre la importancia de las prácticas artísticas del Japón premoderno, han relacionado esta división del trabajo con el sistema colectivo propio de los talleres de grabado del período Edo. Dicha comparativa se conjuga con otra como la de la *Factory* de Warhol, artista que influyó notablemente en la obra de Murakami. A Murakami le interesan ambas interpretaciones. Así, en el juego de idas y venidas entre el impacto del Japón

41 *Ibid.*, p. 29.

42 Damien Hirst, «A Conversation. Takashi Murakami and Damien Hirst». En línea: <http://www.damienhirst.com/texts/2009/feb--takashi-murakami?fbclid=IwAR2vBcKtIm7pi7aVxYmLCj9vKnWtV4XjQjWzvwmK4ufjE_8vwFMm2Shi-rk>. [Consultado: 19/06/2019].

Edo y de finales del siglo xx, dependiendo de la ocasión, puede recurrir a una u otra influencia según su conveniencia. Ambas, tanto la de la cultura del placer de Edo como la cultura de masas representada por Warhol, legitiman el uso que Murakami hace a través de su arte de los productos de la cultura popular nipona.

Aunque existen las convergencias entre las teorías de Okada y la obra de Murakami en torno al Edo *boom,* las prácticas artísticas de Murakami han sido influenciadas de manera más evidente por los trabajos de otros académicos como Azuma Hiroki. Las reflexiones de Azuma sobre el *otaku* y la cultura popular se insertan dentro de las teorías sobre la posmodernidad japonesa. En relación a Okada cabe reseñar que aunque Azuma toma en cuenta buena parte de sus postulados diferirá en puntos cruciales sobre la esencia o el origen del *otaku*. Para Azuma el foco de atención no debe ser Edo, sino la posguerra y la especial relación que Japón desarrolló con la cultura estadounidense y que ya empezó a tratarse en el capítulo anterior, dedicado al nuevo vínculo entre Japón y Estados Unidos tras la Segunda Guerra Mundial.

### 3.2. Azuma Hiroki: la americanización de la cultura popular japonesa

Azuma llevó el debate sobre el *otaku* y la cultura popular al ámbito académico, relacionándolo con ciertas teorías procedentes de filósofos como Lyotard, Derrida y Baudrillard, los cuales lo influenciaron notablemente en sus años de formación. A su vez, en su obra *Otaku. Japan's database animals* trató de utilizar un lenguaje y una estructura accesibles a todo el mundo, con el fin de que las conexiones que trazó entre sus influencias filosóficas y la cultura popular pudieran ser debatidas también fuera del ámbito de la academia. En ese sentido, Azuma se encontró con un contexto intelectual pavimentado por el Nuevo Academicismo que surgió en Japón a principios de la década de 1980. Como Jonathan E. Abel y Kono Shion han señalado, el Nuevo Academicismo japo-

nés englobó un grupo de estudios académicos interdisciplinares escritos para una audiencia mucho más amplia que los círculos académicos convencionales. Los autores que formaron parte de dicho movimiento, al igual que más tarde ocurriría con el propio Azuma, estuvieron profundamente influenciados por pensadores posmodernos y posestructuralistas occidentales como Baudrillard, Lyotard, Lacan y Derrida, entre otros. De este modo, combinando el lenguaje académico con un discurso más simplificado de lo habitual, las investigaciones del Nuevo Academicismo lograron que temas de alto nivel teórico como el neomarxismo, el psicoanálisis o el posmodernismo se pusieran de moda y empezasen a poblar las librerías. Entre algunas de las características de estos autores estuvo un intento de ruptura con la tradición, la redefinición de la cultura japonesa y una reflexión sobre el consumismo que en aquellos años se hacía patente.[43]

Entre los autores del Nuevo Academicismo destacó Asada Akira, el padrino intelectual, por decirlo de alguna manera, de Azuma Hiroki. Precisamente, Azuma hizo su primera aportación al mundo académico en 1998, a través de la revista *Hihyō kūkan* [Espacio Crítico], la cual fue fundada por Karatani Kōjin y el propio Asada. En aquel primer artículo Azuma planteó un estudio crítico sobre Derrida, el cual no pasó desapercibido entre los autores de la época. El propio Asada introdujo a la nueva joven promesa que parecía representar Azuma a través de las siguientes palabras:

> The encounter with Hiroki Azuma was a fresh surprise. Of course, the "postmodern intellectuals" of my generation have shown interest in subculture, but it was often just a gesture to break down the barriers between high culture and subculture and without devoting genuine passion for subculture. But here is a bona fide "otaku": he, in his mid-twenties, still has anime posters in his room and grows a beard,

43 Cfr. Azuma, *Otaku. Japan's database animals,* introducción de Jonathan E. Abel y Kono Shion, p. xx.

> imitating an anime director who is born into thorough cultural poverty after high culture has been completely devastated but nonetheless struggles tenaciously with the French texts (though he cannot speak French himself) and writes papers that make readers think seriously. It was a surprise, after all, and with that surprise, I had to admit that my *Structure and Power* [una de las obras de Asada más importantes] has finally become a thing of the past. Azuma's future success will prove that his "otaku philosophy" *[otaku tetsugaku]* is not at all the same thing as an "otaku of philosophy" *[tetsugaku otaku]*.[44]

Ya entonces Asada puso de manifiesto el interesante acercamiento sobre el tema del *otaku* que Azuma, «un *otaku* que a sus veintidós años seguía colgando pósters de anime en su cuarto», había empezado a llevar a cabo. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que, si bien el Nuevo Academicismo se ubicó en temas sobre la sociedad de consumo propia de la época de 1980, sus teorías fueron llevadas a cabo desde el ámbito de la alta cultura (arte de vanguardia, filosofía occidental, arquitectura, música clásica, etc.). Aun con alabanzas, la propia cita de Asada dejaba entrever cierta reticencia sobre el tema del *otaku,* compartida también por Karatani. Según Asada, ese mundo del *otaku* nació «thorough cultural poverty after high culture has been completely devastated». A pesar de los elogios y su reconocimiento a la figura de Azuma, sin duda, esa referencia desmerecía el tema del *otaku* como algo serio sobre lo que debatir. En este sentido, la proeza de Azuma habría estribado en seguir insistiendo en este tema, hablando de la cultura *otaku* a través del lenguaje y el aparataje teórico creado años antes por el Nuevo Academicismo.

Así pues, el análisis que Azuma hizo de la figura del *otaku* y la cultura popular japonesa centró el debate en la cultura estadounidense que penetró en Japón tras la ocupación. Es decir, aunque tomó en cuenta algunas de las propuestas de Okada en

---

44 Citado en *ibid.,* p. xxiii.

*Otakugaku nyūmon,* en opinión de Azuma el fenómeno *otaku* no debía entenderse meramente desde una reapropiación de los códigos del Japón premoderno, sino más bien desde la ocupación del país y la posterior simbiosis entre la cultura japonesa y la cultura norteamericana. Aquella importancia que Azuma concedió a la relación con la cultura estadounidense se constata en *Otaku. Japan's database animals,* escrita en 2001. Si se acude al título original en japonés, *Dōbutsukasuru posutomodan,* se aprecian inmediatamente las referencias de las que Azuma partió. El término *posutomodan* significa 'posmoderno' y el verbo *dōbutsukasuru* puede ser traducido como 'animalizar'. Azuma aludió así, ya desde el título, a dos de los focos en torno a los que giraría su texto: las teorías sobre la posmodernidad y la famosa e intrigante cita que Alexandre Kojève añadió sobre Japón a la edición de 1968 de su obra *Introducción a la lectura de Hegel*. Ambos factores incidirían en la influencia cultural que Estados Unidos ejerció sobre Japón desde la posguerra. Antes de pasar a analizar algunas consideraciones sobre la posmodernidad en Japón, cabe introducir algunos de los elementos de la cita de Kojève que fueron reinterpretados por Azuma.

En *Introducción a la lectura de Hegel,* Kojève reunió los contenidos que impartió en torno a la *Fenomenología del espíritu* entre los años 1933 y 1939 en la École Pratique des Hautes Études de París. En este texto, Kojève señaló que el fin de la historia previsto por Hegel implicaba necesariamente el final del hombre. Ello se debía a que el hombre era un producto histórico (y, como tal, dialéctico), es decir, su existencia solo es posible dentro de la historia.[45] Lo que diferenciaba según Kojève al humano del resto de animales era el «deseo del deseo del otro», es decir, el deseo

45 Cfr. Oriol Farrés, «De vuelta al fin de la historia. Una interpretación ética de la condición poshistórica en Alexandre Kojève», *Pensamiento. Revista de Investigación e Información Filosófica,* 74 (2018), p. 523.

de reconocimiento del otro. Esto es lo que explica la aparición de «objetos» totalmente inútiles desde un punto de vista biológico, pero que son investidos de un aura especial por el hecho de ser deseados por otros seres humanos. Este tipo de deseo saca al hombre del contexto instintivo y biológico del mundo animal, llevándolo un paso más allá, al estadio de lo humano. El hombre sobrepasa entonces el instinto de autoconservación de los animales, el más primario, siendo así capaz incluso de arriesgar su vida por estas metas. La historia acaba dividiéndose de este modo entre aquellos que logran dicho reconocimiento (amo) y aquellos que lo reconocen (esclavo). Como Farrés recuerda, según esta disposición: «el hombre nunca aparece como tal en la historia, sino siempre o bien como amo o bien como esclavo. No hay nada que *ab initio* permita captar la figura del hombre sin estos ropajes históricos».[46]

Aquella dialéctica que sirve como motor de la historia desaparecería según Kojève con el advenimiento de la figura del ciudadano en la época poshistórica, en la cual aparece el hombre en términos de síntesis entre las figuras del amo y el esclavo. En este contexto, el hombre se conforma con la realidad, es decir, no la niega, lo que equivale a afirmar que se reconcilia con su animalidad. Dicho de otro modo: se produce una animalización del hombre, el cual ve satisfechos sus deseos y no requiere de esa tensión negativa con el resto de sus congéneres. Como el propio Kojève expuso:

> La desaparición del Hombre al final de la Historia no es, pues, una catástrofe cósmica: el mundo natural sigue siendo lo que es desde toda la eternidad. Y tampoco es una catástrofe biológica. Lo que desaparece es el Hombre propiamente dicho, es decir, la acción negadora de lo dado y el Error o, en general, el Sujeto *opuesto* al Objeto. En realidad, el final del Tiempo humano o de la Historia, es decir, la

46 *Ibid.,* p. 525.

> aniquilación definitiva del Hombre propiamente dicho o del Individuo libre e histórico, significa simple y llanamente el cese de la Acción en el sentido fuerte del término. Lo cual quiere decir en términos prácticos: la desaparición de las guerras y de las revoluciones sangrientas. Y también la desaparición de la Filosofía; pues si el Hombre mismo ya no cambia esencialmente, ya no hay razón para cambiar los principios (verdaderos) que están en la base de su conocimiento del Mundo y de sí mismo. Pero todo lo demás podrá mantenerse indefinidamente: el arte, el amor, el juego, etc.; en pocas palabras, todo cuanto hace al hombre *feliz*.[47]

La nota al pie que Kojève incluiría en la segunda edición de la *Introducción a la lectura de Hegel* está contundentemente condensada y, según Agamben, «enuncia una serie de tesis sobre la filosofía de la historia y sobre la situación actual del mundo, en que no es posible distinguir entre la seriedad absoluta y una ironía no menos absoluta».[48] En opinión del italiano, en los años posteriores a la redacción de la primera nota en 1946, Kojève había comprendido que el fin de la historia, en su sentido hegeliano, no era un acontecimiento futuro, sino algo que ya había acontecido.[49] Este nuevo estadio poshistórico vendría representado así por el *American Way of Life* a través del cual Kojève afirma que los Estados Unidos han alcanzado el «estado final del comunismo marxista», mientras que «los rusos y chinos no son todavía más que norteamericanos pobres, en vías de rápido enriquecimiento».[50] Farrés señala que, en este contexto, lo que al principio parecía proponerse como una utopía, se torna una inquietante distopía en la cual los ciudadanos son reducidos a la

47 Alexandre Kojève, *Introducción a la lectura de Hegel,* trad. de Andrés Alonso Martos, Madrid, Trotta, 2013, p. 489.
48 Giorgio Agamben, *Lo abierto. El hombre y el animal,* trad. de Flavia Costa y Edgardo Castro, Córdoba, Adriana Hidalgo, 2006, p. 24.
49 Estas nuevas reflexiones surgieron a lo largo de los numerosos viajes que el filósofo realizó a Estados Unidos y a la Rusia soviética entre 1948 y 1958. *Ibid*., p. 25.
50 *Ibid*.

condición de animal-autómata.[51] En efecto, en esta nueva cita sobre el estadio poshistórico, Kojève lleva a cabo una modificación de algunas de sus posiciones. En la nueva nota ya no habla de felicidad, sino de mera satisfacción. Es decir, en el añadido que hace a su primera cita, Kojève rectifica y matiza que no puede decirse que este proceso de animalización «hace al hombre feliz», sino que los animales poshistóricos, como mucho, estarán «contentos», en el sentido de que se contentarán con la realidad que les toca vivir y que los despoja de la tensión entre sujeto y objeto que definía al humano.[52] Tras esta afirmación, la nota continúa mostrando una cierta actitud humorística e irónica que hace que, como comentase Agamben, sea difícil «distinguir entre la seriedad absoluta y una ironía no menos absoluta». Kojève concluye que el *American Way of Life* representa el género de vida propio del período poshistórico, el presente eterno de la condición animalizada. En este sentido, el retorno del hombre a esa animalidad aparece no como una posibilidad que esté por venir, sino como una certeza ya presente.[53]

A pesar de esto, un viaje que Kojève realizó en 1959 a Japón lo llevó a introducir una nueva perspectiva en su famosa nota al pie. En Japón se encontró con una sociedad poshistórica, pero que, a diferencia del modelo impuesto por la forma de vida estadounidense, no había dejado de ser humana. Según expuso:

> La civilización japonesa «post-histórica» ha tomado unas vías diametralmente opuestas a la «vía americana». Sin duda, en Japón no ha habido nunca una Religión, una Moral ni una Política en el sentido «europeo» o «histórico» de estas palabras. Pero el Esnobismo en estado puro ha creado allí unas disciplinas negadoras del dato «natural» o «animal» que han sobrepasado con mucho en eficacia a aquellas que nacían, en Japón o en otros lugares, de la Acción «histórica», es decir,

51 Cfr. Farrés, «De vuelta al fin de la historia», p. 525.
52 Cfr. Kojève, *Introducción a la lectura de Hegel,* pp. 489-490.
53 *Ibid.,* p. 490.

> de las Luchas guerreras o revolucionarias o del Trabajo forzado. Es verdad que esas cumbres (no igualadas en ninguna otra parte) del esnobismo específicamente japonés que son el teatro Nō, la ceremonia del té o el arte de los ramos de flores han sido y siguen siendo todavía patrimonio exclusivo de los nobles y de los ricos. Pero, a pesar de las desigualdades económicas y sociales persistentes, todos los japoneses, sin excepción, son capaces en la actualidad de vivir en función de valores totalmente formalizados, es decir, vacíos por completo de cualquier contenido «humano» en el sentido de lo «histórico». Así, en última instancia, todo japonés es capaz en principio de proceder, por puro esnobismo, a un suicidio perfectamente «gratuito» (la clásica espada del samurái puede ser sustituida por un avión o un torpedo), que no tiene nada que ver con el arriesgar la vida en una lucha llevada a cabo en función de valores «históricos» con un contenido social o político. Lo que parece permitir creer que la interacción recientemente iniciada entre Japón y el Mundo occidental conducirá a fin de cuentas no a una rebarbarización de los japoneses, sino a una «japonización» de los occidentales. Ahora bien, visto que ningún animal puede ser esnob, cualquier época post-histórica «japonizada» será específicamente humana. No habrá, pues, un «aniquilamiento definitivo del Hombre propiamente dicho», mientras que haya animales de la especie Homo sapiens que puedan servir de soporte «natural» a lo que de humano hay entre los hombres.[54]

Kojève concluye que ningún animal puede ser esnob.[55] Dicho esnobismo se hace patente en el teatro *nō,* la ceremonia del té o los arreglos *ikebana*. El japonés incluso está dispuesto a morir por puro esnobismo, es decir, a poner en riesgo su propia autoconservación ya sea mediante el famoso ritual *seppuku* o estrellando un avión contra los barcos enemigos, como mostraron los kamikaze en la Segunda Guerra Mundial. Ambos suicidios rituales tienen como base algo puramente humano y ajeno a cualquier tipo de

54 *Ibid.*, pp. 490-491.

55 Entiéndase aquí el esnobismo como un conjunto de normas de etiqueta y valores morales considerados como elegantes y elevados, dignos de ser seguidos e imitados.

animalidad: el honor. Así pues, cabe afirmar que aquella cita de casi dos páginas a la edición de 1968 cambia el sentido de la conclusión kojeviana de la obra.[56]

Abel y Kono Shion admiten que las reflexiones de Kojève sobre las culturas americana y japonesa abren la vía a interesantes debates sobre la relación entre ambos países. A pesar de eso, señalan que las reflexiones del filósofo no fueron particularmente sensibles con las realidades históricas de posguerra de ninguna de las dos naciones. Azuma se refirió en su texto directamente a las reflexiones de Kojève recogidas en su cita sobre Japón. Sin duda, estos planteamientos sirvieron al autor japonés como punto de partida a la hora de elaborar su análisis, el cual ya desde el título apuntó a la cita del filósofo. Sin embargo, Azuma invirtió el sentido de los comentarios de Kojève planteando que la influencia norteamericana finalmente sí animalizó a Japón con el advenimiento de la americanización de posguerra. Para Azuma, ese esnobismo japonés que señala Kojève, tal y como evidencian los ejemplos a los que alude en su cita, fue propio del idealizado período Edo, pero no del Japón que aconteció tras la guerra.[57]

Así pues, según Azuma, con la llegada de dicha americanización y el progresivo auge de la economía, Japón fue testigo de un nuevo modo de comportamiento animalizado del consumidor donde dicho consumo fue impulsado por «antojos saciables», en lugar de por deseos humanos que no podían cumplirse ni apagarse. En ese sentido, Azuma parece que sí toma en cuenta el contexto del milagro económico japonés que Kojève, en su cita de 1968, pasa por alto. Cabe así recordar que, en aquellos años, Japón se estaba consolidando como una sociedad en la que el modelo estadounidense estaba siendo aún más eficaz si cabe que en el propio

56 *Kojève, Introducción a la lectura de Hegel,* p. 529.

57 «Japan's Edo period is frequently depicted, including in the work of Kojève, as an era when historical progress ceased and an introverted snobbery flourished». Azuma, *Otaku. Japan's database animals,* p. 22.

Estados Unidos. Ello dio como resultado el florecimiento de una sólida y amplia clase media con todas las necesidades cubiertas y con capacidad para dar cabida a todo tipo de antojos y deseos. Un mundo, en definitiva, de ciudadanos-animales más que de hombres-esnobs, en donde era comprensible que una cultura dedicada al puro entretenimiento floreciese.

En este contexto de consumo, auge económico, americanización y animalización, Azuma propuso a la cultura *otaku* como un síntoma de la sociedad posmoderna, no como un fenómeno cuya raíz se insertaba en el Japón pre-moderno. Azuma alude así a la obra de Okada y a su afirmación de que los *otaku* son los herederos de la tradición japonesa. A pesar de que Azuma tiene en cuenta ciertos postulados de Okada, afirma que la cultura *otaku* en realidad se originó como una subcultura tras la importación (forzosa) de la cultura estadounidense después de la derrota en la guerra del Pacífico.[58] En este sentido, Azuma afirma: «Between the otaku and Japan lies the United States». De este modo, este filósofo señala que a finales del siglo XX surgieron ciertas teorías que, en el contexto del Edo *boom,* buscaron en el Japón premoderno una respuesta a las nuevas problemáticas que acompañaron a la posmodernidad. Azuma define ese tipo de conexiones históricas como propias de un narcisismo que trataba de dejar de lado la importancia que la americanización trajo consigo para Japón. Como este autor apunta, en aquellos años se produjo una mezcla entre posmodernidad y japonesidad.[59]

---

58 *Ibid*., p. 11.

59 La afirmación más común de algunos posmodernos fue que, en efecto, la posmodernización refería a un proceso que acontecía tras la modernidad, pero que, Japón, sin embargo, nunca había llegado a estar completamente modernizado. Esto, que en primera instancia podría haberse visto como un defecto, permitía a Japón desasirse fácilmente de ciertos valores y cosmovisiones que sí se consolidaron férreamente en la modernidad occidental. De este modo, según dicho discurso, Japón emergería en el siglo XX como una nación líder y

Según reflexiona Azuma, lo más sencillo para aquel Japón narcisista de la década de 1980, que parecía desear olvidarse de la derrota y del impacto posterior de la americanización, era volver a la imagen del período Edo. Ese retorno a Edo propuesto desde la posmodernidad debe ser visto, entonces, según los argumentos de Azuma, como un nuevo intento por escapar de la influencia occidental, entendida en este caso como americanización.[60] Esta hipótesis sería defendida por este filósofo en otros textos como «Superflat Japanese Postmodernity», en el cual expuso:

> Japan has long been represented as a mixture of premodernity and postmodernity in Western discourse. This kind of 'Orientalism' was imported back into Japanese society in the 1980s and since then the Japanese themselves have begun to explain their postmodern reality as based on their premodern tradition going back to the Edo era. Nevertheless, in my opinion, the deepest psychosocial element beneath this tendency is the (impossible) desire to deny postwar American cultural influence. Postmodernity came from the U. S. although the Japanese want to reclaim it as their national tradition.[61]

Así pues, para Azuma la posmodernidad vino de Estados Unidos y el fenómeno *otaku,* precisamente, debía ser entendido como un producto de la sociedad posmoderna. Esto quiere decir que no puede comprenderse o analizarse al *otaku* ni a los elementos de la cultura popular que lo envuelven si no se tiene en cuenta la influencia de la cultura norteamericana. La derrota y subsiguiente ocupación representó un verdadero trauma para la mentalidad nipona, sin embargo, debe asumirse que la cultura

---

con mayor adaptabilidad a los nuevos tiempos que las naciones occidentales, orgullosa de poseer una sólida sociedad de consumo y con un poderío tecnológico mayúsculo. *Ibid.,* p. 17.

60 *Ibid.,* p. 22.

61 Azuma, «Superflat Japanese Postmodernity», 2001. El texto corresponde a una conferencia que Azuma dio en el Pacific Design Center, West Hollywood, el 5 de abril de 2011. En línea: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/pdfcoffee.com_azuma-hiroki-superflat-pdf-free.pdf>. [Consultado: 21/06/2019].

popular japonesa es un producto patrio tanto como lo es la cultura norteamericana de la que parte y que, desde la posguerra, está integrada en la idiosincrasia nipona. Es aquí donde se encuentra una de las diferencias más reseñables con el análisis de Okada. Azuma revela que el fenómeno *otaku* es y a su vez no es un fenómeno japonés. Para este filósofo el *otaku* posee un cierto origen nativo en la historia única que Japón vivió con la posguerra, pero también es un producto de la última etapa del capitalismo global que resulta de condiciones históricas globales más amplias. El trabajo de Azuma permite relacionar así la cultura *otaku* no solo con las vastas legiones de fans presentes en Japón, sino también, por ejemplo, con los fanáticos de *Star Trek* en Estados Unidos, la cultura de la Web 2.0 en Internet, incluidos los blogs y YouTube, etc. Desde la lectura que Azuma hace de los hábitos de consumo de los *otaku* y de su impacto en el contexto de la posmodernidad cabe afirmar que todos nos estamos animalizando.[62]

Estas conexiones con la cultura norteamericana que el autor señaló a la hora de analizar la cultura popular japonesa fueron asumidas por ciertos autores de la época. En el ámbito del arte, Murakami Takashi, citado por el propio Azuma en su obra, llevó a cabo sus propias reflexiones partiendo de algunos de los preceptos del filósofo. El artista coincidió con Azuma en la importancia de aquella simbiosis entre las culturas estadounidense y japonesa que se produjo con el advenimiento de la ocupación. Las reflexiones de Azuma, entretejidas con las influencias de otros autores como Sawaragi Noi, llevaron a Murakami a afirmar que dicha relación fomentó una infantilización de Japón, infantilización representada por elementos propios del *otaku* y la cultura popular, como lo era la estética *kawaii*.

62 Cfr. Azuma, *Otaku. Japan's database animals,* introducción de Jonathan E. Abel y Kono Shion, p. xix.

### 3.3. Murakami Takashi: la infantilización *kawaii* de Japón

A comienzos del siglo xxi, Murakami Takashi dedicó tres grandes exhibiciones internacionales al concepto *superflat* que él mismo había acuñado: *Superflat* (2000), *Coloriage* (2002) y *Little Boy* (2005). La tercera de ellas, *Little Boy,* presentada en la Japan Society Gallery de Nueva York, giró en torno a esa confluencia que Azuma había identificado entre la cultura extranjera e invasora perteneciente a Estados Unidos y la japonesa. A través de esta exposición Murakami cerró el círculo que empezó a trazar en el año 2000, centrándose para ello en los elementos de la cultura *otaku* y la cultura popular japonesa en general.

Así pues, anime, manga, videojuegos, ciencia ficción y demás ámbitos de la cultura del entretenimiento fueron asimilados a través de sus propuestas artísticas. Entre estos elementos la estética *kawaii,* en torno a la que el artista llevaba años trabajando, tuvo un papel esencial. En el catálogo que se hizo con motivo de la exposición *Little Boy* participaron con sus ensayos los citados Okada y Azuma, así como investigadores de la talla de Matsui Midori, Sawaragi Noi y Alexandra Munroe, entre otros. A través de sus escritos buscaron analizar la manera en que Murakami abordó aquella incuestionable conexión entre la cultura estadounidense y la nipona. Cabe decir que las reflexiones del artista sobre esta simbiosis intercultural incidieron en el aspecto traumático que la derrota y posterior ocupación supuso para los japoneses.[63] Sin ir más lejos, el nombre de aquella exposición, *Little Boy,* fue el mismo que recibió la bomba nuclear lanzada

63 Investigadoras como la citada Matsui Midori han puesto el foco en la interpretación que hace Murakami de la cultura japonesa como una cultura atrapada en una relación colonial con Estados Unidos. Cfr. Matsui Midori, «Beyond the pleasure room to a chaotic street. Transformations of cute subculture in the art of Japanese nineties», en Murakami (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture,* p. 227.

sobre Hiroshima. Murakami ha mencionado en varias ocasiones cómo cuando era pequeño su madre le explicó que al principio aquella bomba estuvo destinada a lanzarse sobre su pueblo natal, Kokura, lo cual lo marcó profundamente.[64] Según el artista, este tipo de experiencias lo llevaron desde una edad temprana a empezar a cuestionarse temas relacionados con la nación, la guerra, la sociedad y sobre dónde estaba la línea entre el bien y el mal en un contexto como aquel.

Murakami señaló que, con la rendición incondicional tras la guerra del Pacífico, Japón quedó tutelado de manera absoluta por Estados Unidos. Una tutela que después de la renuncia al derecho a poseer un ejército nacional, la grave crisis económica de posguerra, el trauma atómico de Hiroshima y Nagasaki y la imposición de los dictámenes norteamericanos en lo referente a la cultura, política y economía, entre otros factores, convirtieron a Japón en un «país de niños», según su análisis. Es significativo a este respecto que Douglas MacArthur, una vez destituido del cargo de Mando Supremo en Japón en 1951, comparase a la nación japonesa con un niño de doce años ante el Senado de Estados Unidos.[65] Aunque en un sentido diferente al de MacArthur, también el propio Murakami aludiría a Japón en términos similares:

---

64 Cfr. Michael Darling, «Doomed to survive», en Michael Darling (ed.), *Takashi Murakami: The octopus eats its own leg,* Nueva York, Skira Rizzoli, 2017, p. 24.

65 La destitución de MacArthur de su cargo en Japón estuvo relacionada con su propuesta de usar la bomba atómica contra China. Además de eso, el servicio secreto descubrió que su jefe de inteligencia, C. A. Willoughby, estaba pasando documentación a la España de Franco. Sin embargo, cabe decir que MacArthur marchó de Japón entre vítores y aplausos por parte de la población que se agolpó en su camino hacia el aeropuerto. En este sentido, la referencia que hizo ante el Senado de que Japón «era como un niño de doce años» debe ser entendida en un contexto más amplio y como un comentario cuasi-paternal, correspondiente a la mentalidad colonial occidental propia de la época. Por supuesto, aquella declaración enfadó sobremanera a los japoneses y marcó el principio del fin de la mística de MacArthur en el país. Cfr. Dower, *Embracing Defeat,* pp. 550-551.

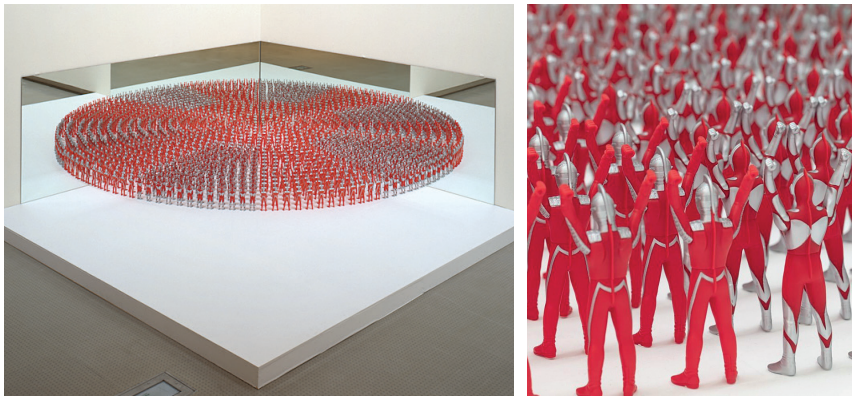

*Fig. 21. Yanagi Yukinori,* Banzai Corner, *1991. Fuente: Yanagi Yukinori Studio. ©Yanagi Yukinori. Todos los derechos reservados*

> Al Japón de la posguerra lo resucitó y crió Estados Unidos. Nos demostraron que el auténtico sentido de la vida es la ausencia de sentido y nos enseñaron a vivir sin pensar. Desmantelaron nuestra sociedad y nuestras jerarquías. Nos metieron a la fuerza en un sistema que no produce «adultos».[66]

Así pues, este tema de lo infantil, entretejido con otros elementos como lo militar y los problemas surgidos en torno al nacionalismo, empezó a ser recurrente en las obras de ciertos artistas de principios de la década de 1990. A este respecto, destacaría por ejemplo el caso de Yanagi Yukinori y su obra *Banzai Corner,* de 1991. En dicha obra Yanagi usó decenas de pequeñas figuras de acción del héroe de ciencia ficción Ultraman. El artista dispuso las figuras de juguete en arcos de circunferencia concéntricos ante un espejo, logrando así que conformaran el emblema tradicional *hinomaru* [el sol naciente]. Cada figura, además, tenía los brazos

66 Citado en Dick Hebdige, «Flat Boy contra Skinny: Takashi Murakami y la batalla por "Japón"», en Schimmel (ed.), *©MURAKAMI,* p. 26.

*Fig. 22. Murakami Takashi,* Randoseru Project, *1991.*
*Fuente: Shiraishi Contemporary Art, Tokio. ©1991 Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

levantados en el clásico gesto de victoria que acompaña a la expresión *banzai* (fig. 21).[67]

En un contexto similar, Murakami creó ese mismo año para la exhibición *Sansei no Hantai na no da* su instalación *Randoseru project,* donde dispuso una serie de mochilas elaboradas a partir de diversos materiales (fig. 22). Este tipo de mochilas, muy populares aún hoy en día entre los escolares japoneses, remitía de entrada al ámbito infantil. Las *randoseru* partieron de un diseño militar consolidado en la era Meiji, lo cual permitió al artista conectar el ámbito de lo militar con el contexto de la infantilización nipona que acontecería con la posguerra.[68] Además de ello,

67 La arenga *banzai* se traduce literalmente como 'diez mil años'. Se trata de una expresión tradicional para alabar y bendecir al emperador y que puede ser entendida como 'larga vida' o, en su sentido coloquial, como 'viva'.

68 Cfr. Doi Emiko, «El *randoseru,* una cartera escolar popular en el extranjero», *Nippon.com,* 25/07/2016. En línea: <https://www.nippon.com/es/views/b02312/>. [Consultado: 22/06/2019].

Murakami elaboró aquellas mochilas a partir de pieles de animales exóticos como la del caimán, hipopótamo, ballena y cobra, las cuales, durante el desaforado consumismo del *boom* económico, fueron consideradas objetos de lujo. En este contexto, cabe decir que, tradicionalmente, desde el período Edo, el trabajo con pieles y otros elementos de origen animal fue asumido por la casta social *burakumin*.[69] Los *burakumin* estuvieron relacionados con las tareas consideradas impuras: la preparación y conservación de la caza y pesca, enterramientos funerarios y trabajos de esta índole relacionados con la muerte. En el Japón Edo, en la cúspide de la pirámide social se hallaban los guerreros, seguidos de los campesinos, los artesanos y los comerciantes. Tras estas clases sociales se encontraban lo que algunos investigadores han denominado los «parias», en un sentido cercano a los intocables en la India. Este grupo estuvo formado por los *hinin* [no-humanos] y los *eta* [impuros]. Estos segundos fueron el origen de la casta *burakumin*.[70] Como diversos medios han criticado, todavía hoy los descendientes de aquel grupo siguen sufriendo discriminación por parte del resto de la sociedad. Así pues, otra posible lectura que cabe hacer de aquella instalación artística es cómo a pesar del sentido de unidad e integración racial y cultural que desde el período Meiji Japón se preocupó de defender y ensalzar, lo cierto es que en el país conviven diversos grupos étnicos, así como castas sociales, que en ocasiones son ampliamente discriminados. Como Dick Hebdige señala, en los años posteriores Murakami asociaría esta lógica de la sociedad *burakumin* a la figura del *otaku,* los marginados y apartados por la sociedad de finales del siglo XX.[71]

---

69 Cfr. Josep Martí, «Los *burakumin* en la sociedad japonesa», *Revista Internacional de Sociología,* 16 (1997), p. 185.

70 *Ibid.*

71 Cfr. Hebdige, «Flat Boy contra Skinny: Takashi Murakami y la batalla por 'Japón'», p. 12.

Otra de las críticas que puede extraerse de la obra de Murakami es que aquellas pieles pertenecían a animales en peligro de extinción. Si Murakami pudo acceder a ellas fue, precisamente, porque Japón aún no había firmado el Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas. En este contexto, el día de la inauguración de la exposición en la Hosomi Contemporary Gallery de Tokio, el artista organizó una ceremonia sintoísta de purificación destinada a aquellos animales sacrificados en la elaboración de las mochilas. Durante el acto, Murakami contrató además a un grupo de modelos que, ataviados con las ropas propias de los dependientes de las tiendas de lujo, recibieron a los invitados mostrándoles aquellos objetos pertenecientes tanto al ámbito del arte como al del consumo. Mientras todo esto acontecía, un *deejay* estuvo pinchando música pop americana de fondo.[72] Así pues, también la figura del sintoísmo, convertida en la religión de Estado en el período Meiji, y el elemento cultural norteamericano que sonaba de fondo estuvieron presentes en aquella mezcla de referencias que Murakami ideó, una mezcla de referencias que, como se ha expuesto, tenían como núcleo el ámbito infantil y adorable de las famosas mochilas *randoseru*.

En aquel mismo año otros artistas como Nishiyama Minako o Chiezō Tarō siguieron una línea similar, poniendo el énfasis en temas relacionados con el ámbito infantil y de lo *cute* o adorable. Como Matsui señala, es importante constatar que estos artistas citados, a los que cabría sumar otros como Nakahara Kōdai y Yanobe Kenji, llevaron a cabo en aquellos años una deconstrucción de la cultura *kawaii*. En palabras de la propia Matsui: «It is remarkable that, working separately, these artists simultaneously attained the same method of deconstructing cute culture by ironically turning its icons against themselves».[73]

---

72 Cfr. Trujillo, *La identidad como estrategia en la obra de Murakami Takashi,* pp. 179-180.

73 Matsui, «Beyond the pleasure room to a chaotic street», pp. 215-216.

Lo *kawaii* fue un concepto que se popularizó a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y que hoy día es ampliamente usado. A pesar de que normalmente es traducido bajo palabras como *cute* en inglés o 'mono' en español, en Japón su sentido abarca el marco estético, artístico y social. Esto lleva a lo *kawaii* a remitir a un espectro más amplio y complejo que los conceptos occidentales bajo los que se traduce. Como expuso el columnista Obata Kazuyuki en su artículo «¿Hasta qué punto es mono lo *Kawaii*?», en el número que la revista *Nipponia* dedicó a la estética *kawaii,* hoy en Japón resulta más complicado explicar lo que no es *kawaii* que lo que es, ya que, aparentemente, todo se encuentra teñido por esta estética de objetos y personajes manganime de apariencia edulcorada.[74] En anuncios, series, pero sobre todo, cómics, pueden observarse algunos ejemplos de personajes dibujados bajo esta estética, la cual, poco a poco, ha influido de manera radical en el acervo cultural contemporáneo de Japón.

A pesar de tal confluencia de imágenes *kawaii* en un Japón cada día más global, y de la aceptación que dicha estética tiene en el extranjero, a su vuelta de su estancia en Nueva York en 1995, Murakami afirmó que aún resulta difícil encontrar una definición que englobe todo aquello que condensa para los japoneses esta estética y que sirva a los occidentales para su comprensión última.[75] En este sentido, acudir a la evolución etimológica de la palabra ha sido una de las maneras en las que algunos investigadores han tratado de acotar el término. Así pues, la palabra *kawaii* se encuentra compuesta por los ideogramas: 可愛い. El primero de ellos, 可 *[ka]*

74 Cfr. Obata Kazukuyi, «¿Hasta qué punto es mono lo *kawaii*? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo *kawaii*», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/index.html>. [Consultado: 05/07/2019].

75 Cfr. Torikai Shin'ichi, «Creatividad *Kawaii*», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/feature13.html>. [Consultado: 05/07/2019].

puede traducirse por 'tolerable', 'posible' o 'pasable'; el segundo, 愛 *[ai]* es el ideograma para la palabra 'amor'.[76] El último símbolo es い y señala que la palabra es un adjetivo. Así pues, cabe establecer que lo *kawaii* denota amor, pasión o euforia por algo o alguien, pero en un país donde no es de buen gusto mostrar en público de manera explícita y efusiva los sentimientos. De ese modo, expresar que algo es *kawaii* sería el modo de expresar, literalmente, un amor pasable o tolerable, esto es: permite expresar pasión por algo sin que la muestra de afecto choque con la convención social del buen gusto o la educación. Según lo expuesto, más allá de esa estética de lo adorable y cándido de la que emana, el concepto se ha ramificado llegando a todos los ámbitos de lo social. Hoy en día, todos usan el término y todos tratan de encontrar la manera de serlo o expresarlo, es decir, se busca la manera de adquirir lo *kawaii,* coleccionar lo *kawaii,* vestir *kawaii* y actuar *kawaii*. Como Obata, Ishihara y Kanno señalan:

> Obata: En este país, si uno dice que algo es mono, todos estarán de acuerdo.
>
> Ishihara: Pues sí, la verdad es que *kawaii* es una palabra útil. Si uno dice que algo es hermoso, corre el riesgo de que otro no esté de acuerdo. Sin embargo, *kawaii* no tiene connotaciones estéticas que la gente discuta, incluso aunque no vean dónde está lo gracioso.
>
> Obata: Desde luego que sí, nadie contradice a otro respecto a los productos «monos», que ciertamente se venden muy bien en esta época de prosperidad.
>
> Kanno: El bienestar económico ha posibilitado que casi todos los consumidores compren el mismo tipo de productos. La diferencia está en el diseño, en hasta qué punto es encantador. Por eso, las empresas han lanzado aparatos eléctricos decorados, digamos, con flores, y coches diseñados para atraer a las mujeres.[77]

---

76 Debido a la cacofonía que se produce al unir ambas sílabas, «ai» se pronuncia como «wai».

77 Ishihara Soichiro, Obata Kazukuyi y Kanno Kayoko, «*Kawaii,* ¿cuál es su significado profundo?», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/index.html>. [Consultado: 05/07/2019].

Hasta adquirir su significado actual, el concepto experimentó diversos cambios a lo largo de la historia. Algunos investigadores como Alejandra Rodríguez y Nittono Hiroshi han puesto el acento en lo que podría considerarse uno de los testimonios escritos más antiguos que se conservan del origen del concepto. Esta palabra originaria es la de *kawayushi,* compuesta por los ideogramas de «cara» y «rubor», y la obra que la recoge es el *Genji Monogatari,* escrita en el siglo XI por Murasaki Shikibu y considerada una de las joyas de la literatura clásica japonesa.[78] Así pues, *kawayushi* ya aludía a un tipo de sentimiento de pudor o vergüenza difícil de contener. En ese mismo siglo se cuenta con otra obra de referencia de la literatura nipona que ayudó a ampliar aún más el término, *El libro de la almohada,* datada también en torno al siglo XI y redactada en forma de diario por la escritora Sei Shōnagon. En él, la autora plasmó el día a día en la corte, así como las descripciones de pequeños detalles que la rodeaban y los sentimientos que le producían. Allí habló la autora de otra de las concepciones que ha de tenerse presente en esta evolución hacia el término *kawaii,* lo 'adorable', denominación con la que Borges y Kodama tradujeron el tituló del capítulo cincuenta y seis al español.[79] El escrito, a modo de lista, ayuda a tomar una perspectiva, históricamente hablando, de lo arraigado que esta sensación ha estado desde entonces en la idiosincrasia nipona.

El concepto *kawayushi* experimentó una serie de evoluciones que lo llevaron en el período Edo a significar 'avergonzado' o 'sentirse ruborizado debido a una punzada en la concien-

78 Cfr. Nittono Hiroshi, «A behavioral science framework of understanding Kawaii», *paper* presentado en *The Third International Workshop on Kansai,* Fukuoka, 2010. En línea: <https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/ja/00029818>. [Consultado: 05/07/2019], y Alejandra Rodríguez, «Introducción al fenómeno kawaii», *Ecos de Asia,* 2014. En línea: <http:// revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>. [Consultado: 27/07/2018].

79 Cfr. Sei Shōnagon, *El libro de la almohada,* trad. de Jorge Luis Borges y María Kodama, Madrid, Alianza Editorial, 2004, pp. 85-86.

cia'.[80] Finalizando esta larga etapa, poco a poco, la expresión fue desprendiéndose de sus connotaciones de «pena» y «lástima» para mantener únicamente las de «afecto» y «amor». Tuvo que esperarse hasta la llegada del período Taishō (1912-1916) para encontrar la palabra *kawayushi* en el diccionario de lengua japonesa. Tras la derrota de Japón en la Segunda Guerra Mundial, el término varió a *kawayui*. Aunque el significado continuó siendo el mismo, comenzaron a añadírsele otros como el de 'vulnerable', 'amable', 'cariñoso' y 'pequeño'. Finalmente, fue en la década de 1970 donde el término adquirió su forma y significación actual, según el *Nihon Kokugo Daijiten* [Diccionario japonés Shogakukan]: (1) Lástima, patético. Parece miserable, pero levanta simpatía. (2) Que no se puede descuidar. (3) Que tiene carácter dulce, adorable: en rostros y figuras de mujeres jóvenes y niños; como los niños, inocente, obediente y conmovedor. (4) Cosas o formas pequeñas. (5) Lastimoso (usado como desprecio leve).[81]

Como puede observarse, a pesar de ser una de las palabras de moda dentro del ámbito de la cultura popular, el acervo que envuelve al concepto es amplio y complejo. Fue en la década de 1970, en la que Japón empezaba a consolidar su fortaleza económica tras los Juegos Olímpicos de 1964 y en la que la cultura popular nipona empezó a emerger, cuando el concepto adquirió su sentido contemporáneo. Su importancia ha sido analizada por varios investigadores como Ōtsuka Eiji y Sawaragi Noi. En el caso de Ōtsuka, su análisis crítico sobre lo *kawaii* presentó al fenómeno como un elemento de lo que denominó «nacionalismo subcultural». Ōtsuka, en su obra *Shōjo minzokugaku. Seikimatsu no shinwa o tsumugu "miko no matsuei"* [El folclore de las jóvenes. Las «descendien-

80 Cfr. Nittono, «A behavioral science framework of understanding Kawaii». [Consultado: 05/07/2019].

81 Cfr. Sharon Kinsella, «Cuties in Japan», en Lise Skov y Brian Moeran (eds.), *Women media and consumption in Japan,* Honolulu, University of Hawaii Press, 1995, p. 222.

tes de los chamanes» que crearon la mitología de fin de siglo] y más adelante y de manera más pormenorizada en *Shōjotachi no kawaiitennō. Sabukarucha tennōron* [El adorable emperador de las niñas pequeñas. Teoría sobre el emperador desde la subcultura], analizó cómo la imagen del envejecido y debilitado emperador Hiroito causó una «ternura» propia de esta estética, lo que le llevó a alcanzar una gran popularidad entre los jóvenes (sobre todo las mujeres), que lo consideraron muy *kawaii*. Ōtsuka reflexionó sobre cómo estos procesos de identificación *kawaii* podían fomentar el olvido de ciertas realidades históricas y sociales complejas. Realidades como la de que Hiroito fue el emperador Shōwa, es decir, el emperador que estuvo al frente del Japón imperialista que llevó a cabo numerosas atrocidades en Asia.[82]

En el caso de Sawaragi Noi el estudio de lo *kawaii,* a pesar de ser nuevamente analizado en un sentido crítico, fue planteado en un contexto diferente al de Ōtsuka.[83] Sawaragi llevó a cabo un análisis del concepto en torno a los artistas nipones que a principios de 1990 empezaron a hacer uso de la estética *kawaii*. En su ensayo *Roripoppu sono saishōgen no seimei* [Lollipop. Vida mínima] publicado en 1992, Sawaragi concedió a lo *kawaii* un sentido subversivo frente a los elevados conceptos del gran arte.[84] El crítico de arte afirmó que lo que estos artistas nipones estaban haciendo era adoptar una estrategia similar a la que artistas del neopop norteamericano como Jeff Koons, Mike Kelly, Robert Gober y

82 Cfr. Ōtsuka Eiji, *Shōjo minzokugaku: Seikimatsu no shinwa o tsumugu "miko no matsuei",* Tokio, Kobunsha, 1997, pp. 247-249 y Ōtsuka Eiji, *Shōjotachi no kawaii tennō: sabukarucha Tennōron,* Tokio, Kadokawa Shoten, 2003, pp. 53-55.

83 A pesar de eso, cabe decir que Sawaragi referiría más tarde a las teorías de Ōtsuka y a su ejemplo del «emperador *kawaii*», tal y como se recogió en la discusión sobre cultura japonesa contemporánea que llevó a cabo con el historiador de arte Nanjō Fumio. Cfr. Sawaragi Noi y Nanjō Fumio, «Dangerously Cute», *Flash Art,* 25 (1992), pp. 75-77.

84 Cfr. Sawaragi Noi, «Rori poppu. Sono saishōgen no seimei», *Bijutsu techō,* 44 (1992), pp. 86-98.

Todd Haynes adoptaron para socavar ciertos preceptos artísticos. Así fue como Sawaragi aglutinó a estos artistas nipones nacidos a principios de la década de 1960 bajo el marco del «neopop japonés». Como señala Adrian Favell:

> Sawaragi wrote for fashionable magazines and had a new spin on the idea of Japanese postmodernism developed by the popular philosopher Akira Asada. With American pop art as its antecedent, Sawaragi's idea was that Japanese "neo-pop" parodied the infantilism of postwar Japanese consumer culture, making art by "sampling" and "remixing" the endless array of consumer junk with which Japanese filled their pacified US-dependent lives.[85]

Según defendió Matsui, el neopop marcó el primer florecimiento del arte japonés en la década de 1990 con relevancia internacional. Aquel movimiento logró, por un lado, distanciarse de la cultura *kawaii* a través del análisis racional de sus iconos populares y, por otro, asumir y esgrimir dichos elementos icónicos para reflexionar sobre el contexto cultural en el que Japón se encontraba. En palabras de la propia Matsui: «These artists deliberately adopt childish gestures in order to make a subversive attack on the ideological structure that keeps the Japanese infantile».[86]

A pesar de las similitudes establecidas por Sawaragi y Matsui entre este nuevo arte pop nipón y el original norteamericano, cabe decir que hubo diferencias sustanciales. La situación de estos artistas quedaba enmarcada entre un pasado reciente, confuso y doloroso, y un futuro, tras el estallido de la burbuja económica, incierto. En medio de toda esa vorágine surgió una cultura popular muy particular recubierta por estéticas como la de lo *kawaii*. En dicho contexto, podría afirmarse que el neopop japonés también fue pulido y reluciente en un sentido cercano a las obras de Koons

85 Favell, *Before and After Superflat: A Short History of Japanese Contemporary Art 1990-2011,* p. 19.

86 Matsui, «Beyond the pleasure room to a chaotic street», pp. 215-216.

*Fig. 23. Mr.,* Todavía es un equipo joven, *2007; Nara Yoshitomo,* Cosmic Girl, *2008; Murakami Takashi,* Esperanza en la vida, *2015, y Aida Makoto,* Mokomoko, *2008. Fuente: Kumi Contemporary, Vogtle Contemporary, MoMA y Mizuma Art Gallery. ©2007 Mr. / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados. ©2008 Aida Makoto. Todos los derechos reservados. ©2015 Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

como *Balloon Dog*. Es decir, también fue histérico y eufórico, pero en un sentido menos saludable, enfermizo e incluso, como llegaría a afirmar el propio Murakami, «monstruoso».[87] Estos rasgos

87 Cfr. Carl Cassegard, «Japan's lost decade and its two recoveries On Sawaragi Noi, Japanese neo-pop and anti-war activism», en Nina Cornyetz y J. Keith Vin-

se apreciarían mejor en la década siguiente, a comienzos del siglo XXI, mediante las obras de artistas como el propio Murakami, Mr., Nara y Aida Makoto, entre otros (fig. 23).

Este era el pop de los perdedores, de los derrotados en la guerra. El *pop art* del único país que vivió el impacto de dos bombas atómicas. Todos estos conceptos, ciertamente negativos: sentimiento de inferioridad, de derrota, de colonización, de hiperconsumo impuesto y de distopía nuclear, entre otros, serían recurrentes en la obra de los artistas citados. Precisamente, Murakami, con motivo de su exposición *Little Boy,* afirmaría:

> Everyone who lives in Japan knows — something is wrong [...]. Regardless of winning or losing the war, the bottom line is that for the past sixty years, Japan has been a testing ground for an American-style capitalist economy, protected in a greenhouse, nurtured and bloated to the point of explosion. The results are so bizarre, they are perfect. Whatever true intentions underlie "Little Boy", the nickname for Hiroshima's atomic bomb, we Japanese are truly, deeply, pampered children. And as pampered children, we throw constant tantrums while enthralled by our own cuteness.[88]

La cita permite múltiples lecturas. Así, «campo de pruebas del capitalismo» refleja la pleitesía hacia los Estados Unidos, mientras que «Japón como una nación hinchada hasta la explosión» hace referencia a las causas traumáticas que sobrevendrían con el estallido de la burbuja económica a principios de 1990. De especial relevancia resulta la última parte de la cita, aquella en la que Murakami habla de la «ternura» y de «niños mimados» y lo hace, además, en el contexto de una exposición titulada *Little Boy*. Parece como si aquel «pequeño niño» recogiese todas las influencias a la vez: la afirmación de MacArthur de que Japón era una

---

cent (eds.), *Perversion and Modern Japan. Psychoanalysis, Literature, Culture,* Londres, Routledge, 2011, p. 54.

88 Murakami, «Earth in my Window», en Murakami (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture,* p. 141.

*Fig. 24. Murakami Takashi,* Dob en el extraño bosque, *1999.*
*Fuente: Christie's. ©1999 Takashi Murakami, Kaikai Kiki Co., Ltd.*
*Todos los derechos reservados*

nación de niños de doce años, el predominio de una cultura popular de apariencia infantil, la infantilización de Japón al cobijo de Estados Unidos, su nuevo padre cultural y, como colofón de todo aquello, el nombre de la bomba lanzada sobre Hiroshima con la que comenzó todo. Murakami vuelve así una y otra vez sobre el concepto de lo *kawaii* al que añade algunos de los elementos del contexto del neopop japonés: desesperanza, trauma, desquicie, sexualidad y, por supuesto, aquellos elementos claves de la cultura *otaku* como fueron el manga y el anime.

Lo *kawaii* va de esta forma mutando en la obra de Murakami dejando entrever esos otros elementos más oscuros que se ocultan tras ese manto adorable. Hay multitud de ejemplos y cabría detenerse tanto en la propia producción de Murakami como en la de otros tantos artistas que, como él, han llevado a cabo reflexiones similares. Quizá la evolución que su mascota Mr. Dob va experimentando a lo largo de las diversas exposiciones sirva de ejemplo

de ese siniestro afloramiento. Este personaje se presenta en sus inicios bajo unas características estéticas que bien podrían situarlo como protagonista de algún *kodomo* manga [manga infantil]. Como se analizó líneas arriba, una vez contemplado el personaje creado por Murakami se advierte que, en ese juego de ironías, pastiche y *sampling* posmoderno, el artista aludió a Mickey Mouse. De este modo, en el conjunto de esculturas titulado *Dob en el extraño bosque,* llevado a cabo en 1999, se observa a la adorable figura de Mr. Dob rodeada por una suerte de extrañas setas mutantes. Aunque dichas setas son también recreadas bajo una estética *kawaii,* estas representan nada más y nada menos que los hongos atómicos de Hiroshima y Nagasaki (fig. 24).

Mr. Dob sigue mutando a lo largo del trabajo de Murakami, hasta convertirse en un engendro en el que apenas puede reconocerse al primigenio y adorable Mr. Dob. En el cuadro *Tan Tan Bo vomitando - a. k. a. Gero Tan* (2002), la última fase de la evolución de Mr. Dob, el espectador contempla cómo la mascota acaba vomitando todos esos excesos del mundo contemporáneo a la vez que unas pequeñas bocas adosadas en la parte inferior de su cuerpo vuelven a ingerirlo (fig. 25).[89]

Llegado a este punto, Murakami reflexiona sobre esta metamorfosis protagonizada por su personaje estrella. Los traumas acaecidos tras las crisis sufridas a lo largo de la segunda mitad del siglo XX trajeron consigo una serie de cambios en la cultura nipona que, entre otras cosas, provocaron la aparición de la cultura *otaku* y sentaron las bases de la subcultura contemporánea. Según Murakami, Japón debía reivindicar dicha cultura híbrida como suya a pesar de que en ocasiones engendrase ciertas «monstruosidades».[90] Al fin y al cabo, como dice Cassegard, era

89 Cfr. Yoshitake Mika, «El significado del sinsentido del exceso en Takashi Murakami», en Schimmel (ed.), *©MURAKAMI,* p. 121.

90 Cfr. Murakami Takashi, «Superflat Trilogy. Greetings you are alive», en Murakami (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture,* p. 161.

*Fig. 25. Murakami Takashi, evoluciones de Mr. Dob, de izquierda a derecha:* DOB tótem, *2000;* Dob está en marcha, *1995;* Y luego arcoíris, *2005;* Tan Tan Bo, *2004, y* Tan Tan Bo vomitando - a. k. a. Gero Tan, *2002.*
*Fuente: Sotheby's, Christie's y Galerie Perrotin. ©1995-2005 Takashi Murakami / Kaikai Kiki Co., Ltd. Todos los derechos reservados*

esta monstruosidad la que Sawaragi parecía reivindicar a través de este arte neopop. De este modo, Sawaragi insiste en que el neopop no debe simplemente reflejar el consumismo propio de la sociedad contemporánea, sino ir más allá de la superficie de esa vida consumista y confrontar a esta con los traumas y la esquizofrenia que pueden hallarse en la base de dicha sociedad. Una base profundamente ambigua y compleja, que contiene los recuerdos reprimidos de la guerra, así como la deshonra de vivir a la sombra de Estados Unidos. Afrontar ese sustrato es lo que implica, en palabras de Sawaragi, enfrentarse a «nuestra propia monstruosidad». En ese sentido, el autor japonés ve una respuesta sugerente ante dicha situación en el «malicioso y anti-*cute* neo-pop» que emerge en Japón con el final de la burbuja económica.[91]

Con el auge internacional que Murakami y artistas como Aida Makoto, Takano Aya, Nara Yoshimoto, Mr. y Aoshima Chiho, entre otros, obtuvieron en torno a la primera década del siglo XXI, los espectadores occidentales empezarían a frecuentar fascinados estas coloridas y entretenidas exposiciones. En este tipo de exhibiciones todo lo mostrado era muy japonés, en el sentido contemporáneo del término, es decir, en su sentido neojaponista. A pesar de esto, en el espectador que indaga en este tipo de representaciones más allá de la superficie surge cierto desconcierto. Entre lo adorable y tierno, bajo la venerada estética *kawaii,* se cuelan otras «cosas» que en primera instancia no encajan con la imagen idealizada y preconcebida de «lo japonés». Lo siniestro, lo erótico y lo grotesco se enlazan de esta forma con lo adorable dando lugar a un arte ciertamente desconcertante, inusualmente poderoso en lo visual y que, a nivel teórico, permite múltiples lecturas en las que la influencia de la estética manga no puede obviarse. Estas lecturas exigen por parte del espectador un nivel de inmersión en el contexto japonés mayor de lo acostumbrado hasta ahora. Dicho

91 Cfr. Cassegard, «Japan's lost decade and its two recoveries», p. 53.

de otro modo: un arte como este, forjado desde la influencia de la cultura popular nipona, requiere de una contextualización histórica y teórica que, en definitiva, posibilite un análisis más profundo de este tipo de representaciones; un análisis que permita una asunción más allá de la imagen superficial *cool* con la que el manga, anime y las estéticas que lo conforman suelen estar revestidas.

Es este uno de los puntos cruciales en la reflexión sobre el gusto neojaponista. Así, cabe afirmar que el nuevo gusto por «lo japonés» permite una doble lectura o un doble acercamiento al Japón contemporáneo. La primera es una lectura aparentemente superficial, que conecta al espectador con la imagen idealizada de Japón como el reino del manganime. En este punto, los elementos culturales, tradicionales e idiosincráticos son filtrados a través de la estética manga para hacerlos encajar con la imagen idílica conformada en Occidente. La segunda consiste en una lectura que penetra esa superficie y toma en consideración las teorías, los debates y críticas en torno al surgimiento de la cultura popular japonesa contemporánea. Estos debates y prácticas artísticas sobre el Japón contemporáneo hacen uso también de los elementos de la cultura del entretenimiento: la estética manga, el concepto *kawaii,* la figura del *otaku,* etc. Las conclusiones que pueden extraerse de ellas no reflejan un Japón *cool* e idílico al uso, sino a un país cuyos intelectuales y artistas reflexionan sobre temas que ya empezaron a surgir con la apertura al mundo del Japón Meiji: los problemas derivados de la imitación del modelo de Estado nación de las potencias occidentales, el debate sobre la influencia cultural de Japón en el mundo, sobre la defensa de lo nacional frente a lo foráneo, sobre la irrupción de elementos como el sistema artístico occidental en el mundo del arte japonés, etc. Esta segunda vía puede llevar al espectador o lector a liberarse de ciertos prejuicios o preconcepciones iniciales y ayudarlo a acceder a una realidad diversa, compleja y llena de contradicciones.

El primer acercamiento, el aparentemente superficial, ha sido el que se ha promovido a través de las campañas del *Cool Japan*

impulsadas desde el Gobierno japonés. El objetivo de estas campañas ha sido el de fomentar la imagen idílica, amable y apetecible de Japón. No es una novedad en cuanto a que todos los países tratan de promover lo mismo, como puede observarse con el caso de la marca España, por ejemplo. A pesar de eso, la importancia del caso japonés recae en que, sin duda, la marca *Cool Japan* ha sido una de las que más éxito ha cosechado en el mundo. A pesar de ser un país con una cultura social ciertamente hermética para los extranjeros, de poseer un idioma realmente difícil de aprender para los occidentales o de poseer, por ejemplo, una gastronomía que, en principio, se alejaba mucho de las europeas y americanas, el éxito de la marca Japón es incuestionable. Esto lo refleja la comparativa que puede llevarse a cabo entre la popularidad de los estudios japoneses en Occidente, frente a otros como los estudios chinos y coreanos, los cuales se encuentran aún en desarrollo. También lo refleja la fama de los eventos sobre la cultura popular como los salones y festivales de manga que ya desde finales del siglo XX obtuvieron una gran popularidad internacional.

El segundo acercamiento, aquel que parte del nuevo gusto por «lo japonés», pero que propone continuar indagando más allá de la superficie *cool,* puede ser representado, por ejemplo, a través del arte contemporáneo. Este arte, sin duda, hace suyo también ese aire *cool* que fomentan los elementos de la cultura popular nipona, pero su objetivo es usar dichos elementos como herramientas y no como fines en sí mismos. Es representativo de esto, por ejemplo, la referencia del artista *neo-nihonga,* Tenmyouya Hisashi, sobre la posibilidad de usar el arte y las referencias a la cultura popular que él mismo plantea en su pintura como una puerta de entrada al arte tradicional, moderno y contemporáneo.[92]

El debate que se plantea desde el neojaponismo es el mismo al que hoy en día se enfrentan la mayoría de los profesores y aca-

92 Cfr. Ishizaki Go, *Hisashi Tenmyouya: Near equal,* documental, 2006.

démicos en las facultades dedicadas a los estudios lingüísticos y culturales japoneses. David Leheny, profesor en Estudios de Asia Oriental en la Universidad de Princeton, reflexionó sobre ello en su sugerente artículo titulado «Los límites de "Naruto": lo que puede conseguir el poder blando». En palabras de Leheny:

> Al igual que muchos académicos que dan clases de estudios japoneses en Estados Unidos, considero que la popularidad del *anime* y el *manga* es, en cierto sentido, una espada de doble filo. Por una parte, me encuentro con que a menudo deseo que mis estudiantes se sientan atraídos por este país increíblemente interesante debido a su singular historia, sus características tradiciones musicales, sus extraordinarios logros en ciencia y tecnología, y no por sus películas de dibujos animados y programas de televisión; por la otra, me complace que el atractivo que representa la popularidad de la animación o de los cómics japoneses les incite a matricularse en cursos de lengua japonesa o acerca del país en sí, especialmente en una época en la que los estudios de área se cuestionan de una forma más amplia, y en la que los estudiantes se decantan por otras lenguas y regiones.[93]

Partiendo del contexto señalado, en la última parte de este libro proponemos llevar a cabo un abordaje crítico de las campañas del *Cool Japan* en relación al fenómeno del neojaponismo.

93 David Leheny, «Los límites de "Naruto": lo que puede conseguir el poder blando», *Nippon.com,* 30/01/2015. En línea: <http://www.nippon.com/es/in-depth/a03902/>. [Consultado: 25/08/2019].

# CAPÍTULO 4
# EL NEOJAPONISMO EN EL CONTEXTO DEL *COOL JAPAN*

Las reflexiones establecidas hasta ahora en torno a ciertas derivas artísticas, políticas, históricas y económicas del archipiélago japonés entroncan con uno de los elementos fundamentales del Japón contemporáneo: el *Cool Japan*. Este sentido de lo *cool* que impregna el manga, el anime, el *otaku* y el resto de elementos de la cultura popular conecta directamente con el *soft power* japonés. En este sentido, comprender el impacto que el Japón contemporáneo tuvo en Occidente, hasta llegar al punto de generarse una denominación como la de neojaponismo, implica tener en cuenta las estrategias del *Cool Japan*. A pesar de ello, no debe comprenderse al nuevo gusto por lo japonés como un mero producto o resultado del *Cool Japan*. En efecto, este gusto neojaponista sería rápidamente aprehendido por las campañas del *Cool Japan,* que lo fomentarían y tratarían de valerse de él con el fin de potenciar el turismo extranjero y las exportaciones, pero su origen obedeció a procesos previos y complejos relacionados directamente con el auge de la cultura popular, tras el período de bonanza económica acaecido hasta la década de 1990. Dicho de manera simplificada: el *Cool Japan* fue la respuesta gubernamental que trató de organizar y aprovechar, comercial y políticamente, ese gusto contemporáneo por «lo japonés» que empezaba a orbitar en Occidente a finales del siglo XX y principios del siglo XXI. Este capítulo final servirá de broche al proceso evolutivo desarrollado en este libro sobre el surgimiento, fomento y consolidación del panorama sobre

el que se sustentó el neojaponismo. Además, se presentará como base de una última y amplia crítica a la cultura popular japonesa y al uso que de ella se ha hecho tanto desde el ámbito del arte contemporáneo como desde el del *Cool Japan*.

La denominación de *«Cool Japan»* tuvo su origen en el artículo «Japan's Gross National Cool», publicado por el periodista norteamericano Douglas McGray en el año 2002. Lo *cool,* según concretó McGray, era la atmósfera que empezaba a definir a ojos occidentales el Japón de principios del siglo XXI.[1] McGray se percató de cómo la presencia de la cultura popular de medios como el manga, el anime o los videojuegos había estado escalando puestos en los *rankings* de popularidad desde finales del siglo XX, siendo cada vez más reivindicada por los propios japoneses y, sobre todo, por el público extranjero. Tanto era así que, si el norteamericano publicó su artículo en 2002, tan solo cuatro años después el propio Gobierno japonés comenzó a tomar conciencia plena de la situación emergente.[2] En 2006, Asō Tarō, quien por aquel entonces dirigía el Ministerio de Asuntos Exteriores, creó el Premio Internacional del Manga con el fin de impulsar a nuevos talentos. El ministro reconocía así el manga como una herramienta de difusión cultural a la vez que, por primera vez en la historia, nombraba al famoso personaje Doraemon «Embajador Anime de Japón». En 2006 el ministro expresó la nueva política que el Gobierno tomaría en relación a la cultura popular durante los años siguientes. Según Asō:

> What is the image that pops into someone's mind when they hear the name "Japan"? Is it a bright and positive image? Warm? Cool? The

1 Cfr. McGray, «Japan's Gross National Cool». [Consultado: 11/05/2019].

2 Cabe decir que ya en el año 2003 el primer ministro Koizumi, en un discurso oficial, mencionó el potencial de la cultural popular japonesa. Cfr. Chris Burges, «National identity and the transition from internationalization to Globalization: "Cool Japan" or "Closed Japan"?», en Nakane Ikuko, Otsuji y William S. Armour (eds.), *Languages and Identities in a Transitional Japan. From Internationalization to Globalization,* Nueva York, Routledge, 2015, p. 24.

> more these kinds of positive images pop up in a person's mind, the easier it becomes for Japan to get its views across over the long term. In other words, Japanese diplomacy is able to keep edging forward, bit by bit, and bring about better and better outcomes as a result. Generally speaking, Japan has had a rather good track record in this area throughout history. Tea ceremony, for example, has always been coupled with the culture of Zen Buddhism, and even now it is receiving a significant amount of attention. You can say the same about Kabuki or Bunraku. Even if you have only a stereotypical, single-pattern image of Japan as being the land of Fujiyama and geisha, it is clear that there is nothing aggressive within that image at all —it is a very peaceful image. […] So as we continue to get the word out on Japan's truly splendid traditional culture, and we are very fortunate that in addition to the items of Noh drama and Bunraku, tea ceremony and flower arranging, Japan also boasts many newer forms of culture that have a high degree of appeal. This would be pop culture, including anime, music, and fashion among others, and the Ministry of Foreign Affairs is really going all out to "market" this, so to speak.[3]

El objetivo del Ministerio de Asuntos Exteriores se enfocó en aquellos años en captar la atención del público joven foráneo, con el fin de aumentar ciertas exportaciones al extranjero, así como el turismo al archipiélago japonés. Además, al igual que ocurriese con autores como el citado Iwabuchi a finales de 1990, el Gobierno se percató entonces de que, a través de la cultura popular contemporánea, Japón podría establecer cierta influencia cultural en el extranjero. Dicha influencia llevaría al país a desarrollar una imagen positiva más allá del ámbito económico y empresarial que había imperado hasta entonces.[4] Según afirmó Asō, hasta la fecha, Japón había crecido alimentado por la cultura surgida en Occi-

3 Asō Tarō, «A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners». Discurso pronunciado en la Digital Hollywood University, 28/04/2006. En línea: <http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html>. [Consultado: 24/05/2019].

4 Cfr. Watanabe Hirotaka, «Nihon no paburikku dipuromāshi: Japanizumu kara neojapanizumu e», *Journal of Law Politics and Sociology,* 84 (2011), pp. 167-171.

dente, sin embargo, a comienzos del siglo XXI, en su opinión, la cultura japonesa (dentro de la cual Asō situó al anime, manga, sumo, gastronomía y demás ámbitos) podía comenzar a nutrir al resto del mundo. Ante esta situación en la que el archipiélago se presentaba como exportador de cultura, la tarea del Gobierno era la creación de marcos a través de los cuales los contenidos originados en Japón pudiesen difundirse más fácilmente al extranjero.

De este modo, en aquel caldo de cultivo que empezó a fraguarse en la década de 1990 y que finalmente alcanzó su punto álgido con propuestas como la de Asō, McGray reconoció algunas peculiaridades que comenzaban a gestarse ya en el año 2002. El periodista norteamericano advirtió que la exactitud histórica no era lo importante en esta nueva imagen de Japón que comenzaba a generarse. Al contrario, era la mezcla cultural y temporal una de las fuentes en las que, precisamente, radicaba su «frescor». En cierto sentido, el objetivo fue el de compilar todos aquellos arquetipos que, desde el japonismo hasta el neojaponismo, habían sido fuente de exotismo y origen de las fantasías construidas en Occidente. El anacronismo se tornaba así un aliado del proyecto *Cool Japan*. Es en este contexto donde se insertarían ejemplos citados como el del templo *moe* Hachiōji, en el cual arquitectura tradicional e imágenes arquetípicas del budismo eran teñidas a través de las subestéticas del manga como lo *kawaii* y lo *moe*. Ya fuesen construcciones históricas del antiguo barrio Gion de Kioto o los modernos y coloridos barrios dedicados a la cultura manganime como Akihabara, para el espectador-consumidor occidental todo aquel entramado se presentaba como algo «muy japonés». Un ejemplo idóneo de aquella mezcolanza fue el video promocional titulado *Cool Japan,* que fue presentado por el entonces primer ministro Abe Shinzō y que puede verse en la cuenta oficial de YouTube de la Oficina del Primer Ministro de Japón. En dicho vídeo se muestra una mezcla de arquetipos culturales que van desde la tradición premoderna hasta los elementos del Japón contemporáneo. Según la descripción que recoge el canal de YouTube:

> «Cool Japan» refers to various aspects of Japanese culture that are widely loved and enjoyed by many people all over the world and often described as "Cool" including fashion, music, manga and other pop culture.[5]

A la vez que el vídeo recoge imágenes de ciertas artes tradicionales como el lacado y los *matsuri,* así como referencias al manga y al anime, intercala eslóganes como «el espíritu japonés», «el genuino Japón» o «el Japón *Cool*». Como Asō expuso, aquellas imágenes ofrecían una atmósfera apacible, interesante y *cool* de Japón que lo hacía deseable a ojos del extranjero. A pesar de que los tópicos tradicionales convivieron con los contemporáneos, sin duda los protagonistas de aquellas campañas, como ya advirtiese el ministro, fueron el manga y los elementos derivados del mismo como el anime, *cosplay,* etc. Fueron estos los elementos que actuaron como gancho entre la población joven, como reflejó el citado Carey en *Equivocado sobre Japón*.

Este tipo de imágenes fortalecerían las estrategias de *soft power* en las que el país se embarcó desde finales de la década de 1970. Así pues, si bien en aquellos años el objetivo de convertirse en «amigo de todos», con un éxito más o menos relativo, estuvo enfocado sobre todo al ámbito empresarial y económico, el nuevo *soft power* fue de la mano de la cultura popular contemporánea. En este contexto merece especial atención la obra *Cultura Mainstream,* escrita por Frédéric Martel en 2010. En la introducción a su libro, Martel llevó a cabo una reflexión en torno a las entrevistas que mantuvo con dos personalidades de gran influencia en lo que respecta al ámbito teórico de las relaciones internacionales, tanto en el plano político como en el social. El primero de los académicos con el que se reunió fue el experto en ciencias políticas Samuel P. Huntington, conocido por su obra *Choque de civilizaciones,* la

5 Oficina del Primer Ministro de Japón, «Cool Japan». *Youtube.com,* 25/10/2013. En línea: <https://www.youtube.com/watch?v=nDTcQwRzPQk&feature=youtube_gdata_player>. [Consultado: 03/06/2020].

cual ganó relevancia a comienzos de siglo a tenor de los atentados del 11 de septiembre de 2001. El segundo fue el geopolitólogo Joseph S. Nye, conocido por acuñar a finales de la década de los ochenta el término de *soft power* que tanto ha sido debatido hasta hoy día. Aunque dedicó numerosas obras a desarrollar su concepto, el propio Nye trató de dar una definición que lo sintetizase y que el propio Martel tuvo presente a lo largo de su investigación:

> ¿Qué es el poder blando? Es la habilidad de obtener lo que quieres a través de la atracción antes que a través de la coerción o de las recompensas. Surge del atractivo de la cultura de un país, de sus ideales políticos y de sus políticas.[6]

Así pues, Nye, quien fuese secretario de Defensa durante el mandato de Bill Clinton, a través de su concepto apuntó a un estilo de «diplomacia suave». Es decir, a un estilo que no recurriese a métodos coercitivos y duros para conseguir sus intereses, sino a formas más amables, que se sustentasen en el encanto y la atracción que la cultura de un determinado país podía causar en el extranjero. En este sentido, Martel se decantó por la valoración de Nye, anteponiéndola a la de Huntington. Según el autor francés, la cultura del *entertainment,* a través de su fomento mediante la televisión y la radio, pero sobre todo internet, ha cobrado gran relevancia en el ámbito de las relaciones internacionales. Para Martel, hoy los países se relacionan de una manera similar a la que las teorías sobre el *soft power* de Nye pronosticaban, antes que de la forma descrita por el *choque de civilizaciones* de Huntington (a pesar de que, como Martel apunta, las reflexiones de este último se presenten reveladoras a la hora de analizar ámbitos como el del terrorismo).[7] Para fundamentar su hipótesis, el periodista recorrió

6 Joseph S. Nye, «El poder blando y la política exterior americana», trad. de Juan Tovar Ruiz, *Relaciones Internacionales,* 14 (2010), p. 118.

7 Cfr. Frédéric Martel, *Cultura Mainstream,* trad. de Núria Petit, Madrid, Santillana, 2012, p. 14.

el mundo de la *cultura mainstream* internacional durante los cinco años que duró su investigación. En su recorrido se detuvo en Japón, uno de los países que en los últimos años mejor había sabido ejercer su poder blando desde los productos de la cultura popular. Japón, a través de su música y gastronomía, pero sobre todo a través de la cultura popular, se había tornado, según se desprende de la obra de Martel, el representante por antonomasia de la máxima nyeniana según la cual: «la seducción es siempre más efectiva que la coerción».[8] En este sentido, cabe afirmar que desde principios del siglo XXI, la imagen *cool* de Japón, fomentada desde los productos de la cultura popular, y las estrategias del *soft power* japonés han sido prácticamente inseparables.

Han sido muchas las voces críticas que han señalado que este *soft power,* impulsado desde el *Cool Japan,* puede enmascarar otras realidades políticas preocupantes y cercanas a la de la obtención de un poder duro. Al fin y al cabo, ha de tenerse en cuenta que este poder blando fue reivindicado desde las políticas impulsadas por el Gobierno de Abe Shinzō, cuya legislatura, finalizada abruptamente en agosto de 2020 por motivos de salud, fue muy criticada desde algunos sectores debido a ciertas medidas conservadoras. Entre algunas de sus propuestas más conocidas a nivel internacional estuvo la de revisar la Constitución firmada en 1947, tras la derrota en la guerra del Pacífico. El objetivo era modificar artículos como el número 9, según el cual Japón renunció formalmente a la guerra como derecho soberano, así como al mantenimiento de un ejército propiamente dicho con potencial bélico.[9] Ya en el año 2014, el Gobierno de Abe logró una polémica e histórica modificación de aquel artículo de la Constitución, que permite a Japón colaborar militarmente con sus aliados si estos son ataca-

8 Nye, «El poder blando y la política exterior americana», p. 119.

9 Sin embargo, ha de recalcarse que Japón mantiene dentro de sus fronteras unas fuerzas armadas denominadas «fuerzas de autodefensa». Al igual que en el ejército, estas se dividen en fuerza terrestre, marítima y aérea.

dos. Esta modificación fue duramente criticada por países como China, que argumentaron que Japón estaba acercándose nuevamente a la vía del militarismo.[10] Se tomen o no en consideración este tipo de críticas, lo cierto es que las pretensiones de Abe y del Partido Liberal Democrático entroncan con la visión de ciertas voces conservadoras que consideran aquella constitución de corte pacifista un recordatorio de la derrota e imposición de las políticas norteamericanas. En 2019, el Gobierno japonés trató de someter a referéndum un cambio más drástico de la Constitución, pero no logró los apoyos suficientes. Es sabido que este fue uno de los propósitos que Abe lamentó no haber logrado antes de finalizar su mandato y, en 2022, el actual primer ministro, Fumio Kishida, ratificó que este seguirá siendo uno de los objetivos del partido en los años sucesivos.[11]

En este contexto, ciertos artistas se posicionaron en su día frente a las políticas del ex primer ministro Abe. En el caso de Murakami Takashi sus declaraciones fueron contundentes a este respecto: «The Abe government is opening the doors to hell […] Japan might go crazy and find itself in a terrible situation like when the Nazis rose to power».[12] Sin duda, este tipo de realidades más complejas, que entroncan con los problemas derivados de la posguerra y el nacionalismo latente, no tienen cabida en la realidad

10 Cfr. «Japón aprueba una histórica modificación de su Constitución pacifista», *El Mundo,* 01/07/2014. En línea: <https://www.elmundo.es/internacional/2014/07/01/53b2824422601d76158b4572.html>. [Consultado: 07/06/2020], y Grace Cheng, «China's Response to a Post-Pacificist Japan», *E-Internationals Relations,* 14/09/2014. En línea: <https://www.e-ir.info/2014/09/14/chinas-response-to-a-post-pacificist-japan/>. [Consultado: 07/06/2020].

11 Cfr. Ángel Bermúdez, «¿Fin del pacifismo en Japón? La polémica reforma constitucional por la que puede cambiar el papel de los militares en ese país asiático», *BBC,* 17/07/2022. En línea: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-62145321>. [Consultado: 15/08/2022].

12 Entrevista a Murakami Takashi en David Pilling, «Lunch with the FT: Takashi Murakami», *Financial Times,* 19/06/2015. En línea: <https://www.ft.com/content/fd513f92-142a-11e5-abda-00144feabdc0>. [Consultado: 12/06/2020].

idílica que las campañas del *Cool Japan* desean proyectar. Realidades que, por otro lado, componen uno de los focos fundamentales en torno a los que ciertos artistas, investigadores y críticos de arte están reflexionando. Esto corrobora que el discurso que se puede llevar a cabo mediante los elementos de la cultura popular no es algo inmóvil y fijado de antemano, sino que depende del uso que se hace de dichos elementos.

Un ejemplo de ello sería el uso de la cultura *otaku*. En el campo del arte contemporáneo y de los estudios culturales sobre el *otaku* existe gran diversidad de opiniones y formas de analizarlo que llevan a la discusión e incluso a las críticas. Esta es, precisamente, una de las diferencias más significativas con respecto al *Cool Japan*. Mientras estas campañas publicitarias han hecho una asunción descontextualizada y simplificada de lo *otaku* insertándolo en el contexto de lo *cool,* los artistas y autores que han trabajado sobre ello discuten, confrontan teorías y, en definitiva, llevan a cabo un análisis más profundo del fenómeno. En el caso de Murakami, por ejemplo, uno de los artistas que de manera más evidente abordó el fenómeno, la cultura *otaku* fue analizada como un producto derivado de los traumas de la americanización. En este sentido, el artista siguió una vez más la estela de autores como Azuma. Así, en las teorías de Murakami, lo *otaku* fue presentado como una manifestación contemporánea cuyos modos de consumo o su relación con el tema de la infantilización-*kawaii* obedecieron a complejos cambios en la sociedad japonesa en los años del crecimiento económico. El *otaku,* reflexionó este artista, había sido excluido de la sociedad y, en lugar de luchar por la aceptación social, se había retirado al consuelo del estimulante mundo de la subcultura.[13] A pesar del puesto central que Murakami concedió en su obra al fenómeno, muchos *otaku* llevaron a cabo ciertas

13 Cfr. Chelsea Foxwell, «The total work or art: Takashi Murakami and Nihonga», en Darling (ed.), *Takashi Murakami: The octopus eats its own leg,* p. 46.

críticas sobre su proyecto artístico. Como Azuma señaló, incluso ciertos *otaku* que colaboraron con Murakami en su producción artística se sumaron a estas críticas. Por ejemplo, Asano Masahiko, creador de moldes de figuras y una de las colaboraciones clave en su papel como editor de la producción del segundo proyecto de *Miss Ko²,* dijo en un evento que Murakami carecía del «gen *otaku*». Azuma opina que a lo que Asano se refirió fue a que Murakami carecía de la capacidad para comprender intuitivamente y de manera veraz ciertas características de la cultura *otaku*.[14]

Como este, ha habido numerosos casos en los que la visibilización internacional y popularización de lo *otaku* han suscitado críticas. En el caso citado de la historia *Densha otoko,* por ejemplo, aquella por la cual la visión de la sociedad nipona sobre el *otaku* cambió drásticamente, no todos los *otaku* asumieron de manera positiva la mentalidad representada. Para muchos, la moraleja de aquella historia de amor y reinserción del protagonista en la sociedad fue que era aceptable ser un *otaku* siempre y cuando no se pareciese a uno o se actuase como tal en público. Como Freedman advirtió, frente a la historia de *Densha otoko* muchos expresaron un sentimiento de orgullo por ser parte de una comunidad al margen de la sociedad general. Uno de los casos más radicales fue el manifiesto de cuatrocientas páginas *Denpa otoko* [El hombre de las ondas de radio], escrito en 2005 por el prolífico periodista y autoproclamado *otaku* Honda Tōru. De aquella novela fueron vendidas más de treinta mil copias en los primeros meses. En su escrito Honda criticó a *Densha otoko* por promover la idea de que los *otaku* eran inferiores a los miembros de la cultura dominante y que deberían transformar sus identidades a través de lo que él catalogó como la idealización del «amor capitalista». Honda afirmó que en aquella historia debería haber sido Hermes la que tendría que haber estado dispuesta a cambiar por Densha otoko, y no

14 Cfr. Azuma, *Otaku. Japan's database animals,* pp. 63-66.

al revés.[15] Estos ejemplos, junto a las teorías desarrolladas por autores como Okada y Azuma, muestran que lo *otaku* se alzaba como un fenómeno cuanto menos complejo y con numerosas posibles lecturas.

En este contexto, como ya se introdujo, autores como Galbraith llamaron la atención sobre la manera en la que la popularización internacional de la figura del *otaku* estaba llevando a una simplificación del fenómeno:

> I believe that we've come to an impasse in our discussions of otaku, precisely because the term has become so familiar and ubiquitous that we run the risk of naturalizing an otaku identity without exploring its significance for our understanding of the interactions of culture, technology, and economy.[16]

Así pues, mientras ciertos artistas y autores han abordado el tema de la cultura *otaku* y los motivos de su conformación desde un punto de vista crítico, el Gobierno trató de revalorizarla bajo la única premisa de que entroncaba con una imagen *cool.* Es decir, en vista de que la figura del *otaku* se relacionaba directamente con los mundos del manga, el anime y el resto de los elementos de la cultura popular, decidió aprehenderla como parte de un todo unificado, como parte de un proyecto que buscaba relacionar directamente a Japón con el imaginario neojaponista generado en torno a dicha cultura popular. Como puede constatarse, en aquella aprehensión y uso de lo *otaku* hubo una carencia casi absoluta de cualquier tipo de comprensión o acercamiento crítico del fenómeno. A través del *Cool Japan,* aquellos actos que a finales

15 *Denpa* [ondas de radio] puede ser utilizado en el acervo cotidiano para referirse a las personas que a menudo están desconectadas de la realidad (como si estuvieran en una «longitud de onda diferente»). Cfr. Honda Tōru, *Denpa otoko,* Tokio, Sansai Books, 2005 y entrevista a Honda en Galbraith, *The Moe Manifesto,* pp. 117-125.

16 Cfr. Patrick W. Galbraith y Thomas Lamarre, «Otakuology: A Dialogue», *Mechademia,* 5 (2010), p. 360.

del siglo xx habían relacionado al *otaku* con el asesino en serie Miyazaki Tsutomu o con el atentado en el metro de la secta Aum Shinrikyō, simplemente desaparecieron. Japón debía ser sinónimo de conceptos de moda como *kawaii, otaku,* samurái, manga, *ninja* o anime, en un sentido pueril y carente de cualquier tipo de controversia o perturbación.

Hubo otros ámbitos donde el *Cool Japan* y algunos de los autores y artistas tratados en estas páginas también confluyeron, como fue la revaloración de los productos propios de la baja cultura. A pesar de ello, al igual que con el ejemplo de lo *otaku,* en este caso los objetivos también difirieron. En el caso del arte contemporáneo, por ejemplo, aquella recuperación de los elementos de la cultura popular fue derivada del contexto posmoderno y la asunción que ciertas corrientes artísticas, surgidas en Occidente, empezaron a hacer de la cultura de masas. Como ya se analizó, en el caso de Murakami, por ejemplo, la inspiración que desencadenó la producción de las esculturas *Miss Ko²*, *Hiropon* y *My Lonesome Cowboy* y años más tarde el proyecto *Shokugan* provino de un viaje a Nueva York en el que el artista entró en contacto directo con estas nuevas corrientes del arte. A finales del siglo xx, en Occidente continuaron difuminándose las fronteras entre alta y baja cultura ya puestas en entredicho a partir de la década de 1960 con el *pop art*. Al igual que ocurriese en Estados Unidos y Europa, poco a poco también en Japón conceptos como bellas artes, consumo, publicidad, entretenimiento y subcultura empezaron a entretejerse. A aquel conglomerado hubo que añadirle uno de los elementos primordiales de la cultura popular japonesa como fue el de la estética manga.

En este contexto, el *Cool Japan* se dispuso como una máxima desde la que aumentar las exportaciones en función de esos mismos elementos de la cultura del entretenimiento que, se sabía, estaban teniendo gran aceptación en el extranjero. Resultan sintomáticas las palabras del por entonces primer ministro Abe a este respecto, dedicadas a su Consejo de Promoción del *Cool Japan*

en 2013, a través de las cuales exhortó a desarrollar estrategias específicas que fomentasen los beneficios a corto plazo de dichas exportaciones, así como el aumento del turismo a Japón.[17] Si se quisiera plantear una relación entre el panorama contemporáneo y aquel que acaeció en el siglo XIX con el japonismo, ha de mencionarse que la incidencia del gobierno en este tipo de maniobras fue mucho mejor orquestada y más exitosa que la que se produjo en el Japón Meiji. Ello se debió a que en el siglo XIX el *boom* en Occidente por «lo japonés» fue un fenómeno inesperado para el gobierno nipón, que, por aquel entonces, estaba sumido en un complejo proceso modernizador del país a todos los niveles. A comienzos del siglo XXI, aquellos esfuerzos del país se llevaron a cabo de manera consensuada, observando que la preponderancia en las exportaciones de estos elementos de la cultura popular no solo traería un beneficio en cuanto a ventas, crecimiento empresarial y número de turistas, sino que también fomentaría una imagen positiva de Japón en el extranjero. Una imagen que se traduciría por ejemplo en un número creciente de estudiantes de lengua japonesa, de grados y posgrados dedicados a los estudios culturales sobre Japón, de festivales de manga y animación, de restaurantes de comida japonesa, de academias de idiomas, etc.

Puede afirmarse que en el siglo XIX Japón aún se situaba en una encrucijada entre su abrazo a Occidente y la necesidad de reivindicar su japonesidad frente a lo foráneo, pero en el siglo XXI el *Cool Japan* no se vio inmerso en tales debates, o al menos los eludió. Para estas campañas, los elementos de la cultura popular, al igual que cualquier otro elemento patrio, servían para enaltecer el carácter singular, exótico y característico de «lo japonés», al cual habría que añadir un nuevo atributo: su carácter *cool*. En

17 Cfr. Abe Shinzō en «"Cool Japan" Promotion Council», *Prime Minister of Japan and his cabinet,* 04/03/2013. En línea: <https://japan.kantei.go.jp/96_abe/actions/201303/04cooljpn_e.html>. [Consultado: 17/06/2020].

este sentido, el *Cool Japan* dejaba de lado aquellas disquisiciones sobre el origen de la cultura popular japonesa que llevaron a cabo autores como Azuma. Como se argumentó en el capítulo cuatro, para este filósofo, entender fenómenos como el del *otaku* o elementos de la cultura popular como el manga requería comprender la influencia que la americanización tuvo en Japón. De acuerdo a sus teorías, aquella cultura popular habría surgido como un híbrido, eclosionando finalmente a finales del siglo XX con el advenimiento del fin de la burbuja económica. Este discurso no era factible para el *Cool Japan* para el cual el manga, el anime o el *cosplay* eran tan puramente japoneses como el samurái, la *geisha* o la ceremonia del té.

En este contexto, investigadores como Iwabuchi han advertido sobre el carácter transnacionalista de este uso de la cultura popular en que parecen incurrir las campañas del *Cool Japan*. Según Iwabuchi, paradójicamente, el transnacionalismo surge en un entorno transnacional. Es decir: el transnacionalismo nace en el contexto de globalización en el que las influencias culturales fluctúan libremente y a gran velocidad y en el que, por tanto, la hibridación marca la tónica. Así, Iwabuchi habla del transnacionalismo como una suerte de rearticulación del nacionalismo en una época marcada, paradójicamente, por la hibridación cultural. En el contexto transnacional de finales del siglo XX, el autor utilizó el citado término *mukokuseki* [apátrida] para hablar de ciertos productos japoneses que surgieron en la época del crecimiento económico. El autor puso el ejemplo sintomático del reproductor *walkman* de Sony, un producto ampliamente popularizado en todo el mundo, pero que carecía de cualquier tipo de elemento identitario. Es decir, nadie que viese un *walkman* podría asociarlo inmediatamente con Japón. El autor usó el término «inodoro» para referirse al carácter *mukokuseki* de ese tipo de productos que, entre otras cosas, habían perdido su «aroma japonés». En palabras del propio Iwabuchi: «such non-Japaneseness is called *mukokuseki,* literally meaning 'something or someone lacking

*Fig. 26. Ejemplos de estética* mukokuseki *en tres títulos contemporáneos:* Boku no hero, Haikyuu!! *y* Shokugeki no soma. *Fuente: Sueisha*

any nationality', but also impliying the erasure of racial or ethnic characteristics».[18]

Iwabuchi habló así de «las tres C» en las que aquel carácter *mukokuseki* e inodoro se hacía patente: *consumer technologies, comics and cartoons* y *computer and video games*. Los tres eran ámbitos en los cuales las características corporales, raciales y étnicas de Japón eran eliminadas o suavizadas.[19] En el ámbito concreto de los personajes del anime, manga y videojuegos, que es el que atañe de manera más directa al contexto neojaponista, cabe advertir que, en efecto, los personajes no parecen propiamente japoneses, ni en relación con su apariencia física, ni en el ámbito psicológico o social. Una de las autoras que investigaron sobre este concepto de lo *mukokuseki* en el contexto del manganime fue Napier, la cual recurrió a algunas de las reflexiones llevadas a cabo por ciertos animadores como el prestigioso director Oshii Mamoru. Este no tuvo reparos en afirmar que en el ámbito en el que trabajaba, el del anime de ciencia ficción, era común recurrir a modelos caucásicos para lograr personajes potentes (fig. 26).[20]

Para Iwabuchi, lo que hace el discurso del transnacionalismo es, precisamente, ignorar esta complejidad inherente a los flujos culturales transnacionales, reclamando una agradable japonesidad contemporánea en las formas culturales *mukokuseki*.[21] Es decir, la estrategia del transnacionalismo es la de aprehender, capturar y tratar de japonizar esos elementos que, por definición, ya no poseen una patria definida. Japón recurre constantemente a estos elementos mediante carteles, usándolos en sus guías de viaje, como reclamo publicitario en sus comerciales, etc. Así, a través de un uso reiterado de estos elementos, el *Cool Japan* trata de amarrar estas

18 Iwabuchi, *Recentering Globalization,* p. 28.
19 *Ibid*.
20 Cfr. Susan J. Napier, *Anime from Akira to Howl's moving castle. Experiencing contemporary Japanese animation,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2005, pp. 24-25.
21 Cfr. Iwabuchi, *Recentering Globalization,* pp. 52-53.

formas *mukokuseki* a un entorno puramente japonés. Esto produce una situación contradictoria en la que Japón es relacionado directamente con estos mundos del manganime a pesar de que sus personajes, en la mayoría de los casos, no parecen ni se comportan como los japoneses. El *Cool Japan* ignora así su deuda con la cultura occidental a la hora de hablar y mostrar su cultura popular autóctona, presentada como eminentemente japonesa. El objetivo de estas campañas, según se desprende del análisis de Iwabuchi, es volver a presentar a Japón como lo diferente, opuesto a Occidente, exótico, especial y reverenciado. Un discurso que, en definitiva, establece un trasvase entre ámbitos como la cultura popular nipona, el *nihonjinron,* el autoorientalismo y el nacionalismo.

En este sentido, resulta importante señalar cómo este uso de la cultura popular por parte del *Cool Japan,* aparentemente, tendría un objetivo totalmente opuesto al de algunos de los autores tratados en este libro. Los artistas contemporáneos e investigadores citados buscaron una reflexión sobre el nacionalismo, los problemas derivados de la ocupación, la posguerra, la identidad y la relación de amor-odio con Estados Unidos, entre otros, mediante el uso de la cultura *otaku,* la estética del manga o conceptos como lo *kawaii*. En contraposición, el objetivo del *Cool Japan* fue alejar el debate de aquellos focos problemáticos y perturbadores ofreciendo una imagen apacible, deseable y centrada en la excepcional e inimitable cultura japonesa.

Como conclusión a esta contraposición de los distintos usos de la cultura popular japonesa en este contexto cabe plantear un último acercamiento radicalmente crítico a esa misma cultura del entretenimiento a través de autores como Ōtsuka Eiji. Esta crítica a la consolidación de la cultura popular nipona como eje fundamental del gusto contemporáneo de Occidente permite señalar múltiples lecturas que tienen como base al fenómeno del neojaponismo. Estas lecturas en clave política, artística, social e histórica siguen abriendo el abanico a nuevos ámbitos en los que el concepto del neojaponismo se hace evidente como punto de partida.

### 4.1. Ōtsuka Eiji: Crítica a la cultura popular japonesa

En este entramado de intersecciones, confluencias y divergencias entre los modos de acción del *Cool Japan* y el de ciertos autores y artistas contemporáneos se constata cómo la cultura popular se alzó como elemento protagonista y fundamental. Una de las conclusiones que cabe establecer a este respecto es que a través del uso que se hace de dicha cultura popular pueden llevarse a cabo lecturas muy diversas. En este sentido, a pesar de la crítica que puede hacerse al uso sesgado y simplificado que hace el *Cool Japan* de estos elementos, ha de reconocerse que su éxito impulsó un mayor interés internacional por Japón. Autores como Lamarre señalaron cómo antes de la consolidación de este tipo de campañas la mentalidad sobre estos productos era muy diferente en Occidente:

> When I first went to Japan in the late 1980s, I developed a love for manga and anime. So when I started teaching at McGill in the early 1990s, I offered a course on Japanese popular culture in which I tried to introduce students to manga and anime. There were not many anime with subtitles and very few manga in translation at that time, so it was tough putting together a decent syllabus. What surprised me was that a large number of the students loathed the materials, complaining that they were juvenile, incomprehensible, misogynistic, or worse.[22]

Aquella perspectiva de los jóvenes sobre la cultura popular japonesa experimentó un cambio drástico en pocos años como resultado de la popularización internacional que fue obteniendo el manganime. Así, estos productos empezaron a ser menos arcaicos gracias al aumento y mejora de las traducciones, subtítulos y doblaje, que los hicieron más accesibles. A pesar de la descontextualización y simplificación de los productos que empezaron a exportarse desde Japón, lo cierto es que dicha exportación permitió una

22 Cfr. Galbraith y Lamarre, «Otakuology: A Dialogue», p. 361.

normalización entre los occidentales de aquellos elementos de la cultura popular nipona. De esta forma, si a principios de la década de 1990 algunos de los estudiantes de Lamarre aún eran reticentes ante este tipo de productos, a finales de la década animes y mangas como *Ghost in the Shell, Neon Genesis Evangelion* o *Akira* habían empezado a llamar la atención del público occidental a un nivel nunca visto y, en pocos años, se convertirían en obras de culto. Dicho acceso a estos nuevos campos del entretenimiento japonés permitió, poco a poco, una indagación más profunda por parte de aquellos mismos estudiantes y jóvenes investigadores.

De este modo, la cultura popular japonesa comenzó a penetrar paulatinamente en el ámbito cotidiano de las sociedades europeas y americanas. Los niños occidentales empezaron a conjugar las producciones de Disney con la de estudios de animación japonesa como Studio Ghibli, las librerías y tiendas de cómic comenzaron a dedicar estantes especializados al manga, los éxitos de anime a proyectarse en las salas de cine de todo el mundo y los festivales dedicados a la cultura popular nipona crecieron de manera exponencial. La consolidación de la presencia de aquellos elementos del entretenimiento japonés fue reconocida con gestos como el del Óscar a la mejor película de animación por *El viaje de Chihiro* en 2002, la primera vez en la historia que un anime obtuvo este galardón. Aquella nueva presencia de «lo japonés» en el ámbito cotidiano occidental fue lo que derivó en lo que muchos comenzaron a identificar como una suerte de neojaponismo. A pesar de eso, este no se quedó en el mundo del arte, el coleccionismo y la decoración, sino que pasó a la esfera del entretenimiento mundano. En realidad, desde finales de la década de 1970 aquellos productos ya habían empezado a convivir en el imaginario de los niños y jóvenes en Europa y América, preparando el caldo de cultivo que serviría como base a las generaciones posteriores. En aquellos años, en España, por ejemplo, obtuvieron gran popularidad títulos como *Heidi, Mazinger Z* o *Meteoro;* sin embargo, en aquel entonces estos productos engrosaron la nebulosa y homogénea categoría de

«dibujos animados», categoría en la que entraron tanto las series japonesas como aquellas provenientes de Estados Unidos y del resto de Europa. Sería a finales del siglo XX cuando aquellos títulos empezarían a conformar su propio ámbito dentro de la animación como «anime» y dentro de los cómics y tebeos como «manga».

Paradójicamente, el éxito creciente de la cultura popular japonesa conllevó un cierto aumento, aunque en menor medida, del interés por autores como Azuma, Ōtsuka y Okada, dedicados a realizar un análisis crítico de fenómenos como el manganime y la subcultura *otaku*. También artistas como los citados a lo largo de esta investigación se vieron beneficiados de este auge global de la estética manga. Como ya se analizó, a principios del siglo XXI hubo un *boom* de exposiciones de arte en Europa y América sobre este tipo de obras. Aquella preponderancia de elementos como la cultura *otaku,* la estética manga, lo *kawaii,* etc. empezó a repercutir también en un aumento progresivo de las investigaciones y artículos académicos llevados a cabo en las universidades occidentales desde áreas tan diversas como las de la sociología, estudios en Asia Oriental, comunicación audiovisual, historia del arte y filosofía. Cabe matizar que este tipo de estudios no han tenido un proceso de normalización homogéneo. Así, aunque en España ya se han mostrado investigaciones de gran calidad versadas sobre estos temas, en comparación a otros países como Francia o Estados Unidos, este tipo de estudios aún representan cierta novedad.

Estas investigaciones y trabajos de corte académico también han empezado a plantear algunos interrogantes en los últimos años. Ello se debe a que, en efecto, este tipo de acercamientos muestra que la cultura popular puede representar una puerta de acceso a la reflexión y al debate en torno a los elementos de la cultura japonesa. A pesar de ello, si estas reflexiones no se llevan a cabo con la suficiente distancia crítica respecto al objeto de estudio, pueden contribuir a alimentar las fantasías japonistas que presentan al archipiélago como un lugar exótico, diferente, singular y *cool*. Es decir, al ser un tema que forma parte del mundo del

entretenimiento, se corre el riesgo de que algunos investigadores lleven a cabo sus disquisiciones desde su gusto y fascinación personal. Esto no solo no propondría un planteamiento crítico sobre las fórmulas del *Cool Japan,* sino que las consolidaría aún más. Al fin y al cabo, como Galbraith señala, debe tenerse en cuenta que el Gobierno japonés ha estado gratamente interesado en promocionar y fomentar este tipo de investigaciones extranjeras sobre el fenómeno *otaku* y los productos con que se relaciona como el manga y el anime. Galbraith no duda en hablar en este contexto de un interés alienado por parte de investigadores y políticos conservadores, como el propio Asō Tarō, que continúan enfatizando esa idea del *Cool Japan*.[23]

En el diálogo que Galbraith y Lamarre mantuvieron en 2010 para la revista *Mechademia,* los autores debatieron sobre esta delicada posición en la que se encontraban como especialistas del ámbito de la cultura popular japonesa. En aquella conversación Galbraith señaló algunos de los problemas que podían derivarse de este tipo de trabajos:

> Observed from a functionalist and perhaps cynical standpoint, the fact of studying Japan threatens to become more important than the content of the studies, and popularity more important than academic rigor. Indeed, many of those writing on Japanese popular culture today are young; they are outside the academy and publishing in popular venues. Many of those writing on popular culture work part time in universities, where there is a demand for them to teach specialty courses but no place for them in the permanent faculty. Owing to the lack of long-term expectations and professional integration, few demands are placed on popular scholarship. Scholars working on Japanese popular culture are only distinguished by the quantity of their publications and the novelty of their topics, which conditions a preference for niche subjects, which are analyzed by applying simplified superstructures.

23 Cfr. Nota introductoria de Galbraith a Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», p. xiv.

> The result is a tendency toward exoticizing and essentializing. This tendency often reflects or even reproduces sensationalist journalism about Japan. This is very clear in the context of otaku.[24]

Según el análisis de Galbraith, hoy existiría una numerosa producción de material sobre la cultura popular japonesa que vendría de tres focos: jóvenes de fuera del ámbito académico; jóvenes que trabajan a tiempo parcial en la universidad (contratados para que enseñen cursos de especialidad, pero sin un hueco permanente en las facultades) y, por último, académicos que investigan sobre la cultura popular japonesa y que están atados a la necesidad acuciante de publicar y de mantener la novedad de sus temas. En España hay numerosos ejemplos que han surgido en los últimos años respecto a este tipo de publicaciones: *Un geek en Japón, Bikkuri Island: Viaje al Japón de los videojuegos, Los monstruos y el manga, Mi vecino Miyazaki* y *Japón para Otakus* son tan solo algunos de los ejemplos que representan esta tendencia. Entre los autores de estos títulos se encuentran las tres figuras identificadas por Galbraith: jóvenes de fuera del ámbito académico, autores que conjugan su afición con su trabajo en la universidad e investigadores reputados que pertenecen al ámbito universitario. Estas obras, de manera consciente o inconsciente, contribuyen en ocasiones a exotizar y esencializar ciertos elementos de la cultura popular nipona. También en el ámbito puramente académico han surgido en los últimos años una cantidad considerable de artículos, trabajos de fin de máster y tesis doctorales, tanto en español como en inglés, dedicadas a la figura del *otaku,* al manga, el anime, *cosplay,* etc. Entre este tipo de investigaciones, aunque se observan excepciones reseñables, suele primarse el carácter meramente descriptivo del tema de investigación o ensalzarse algunas de sus particularidades. Por supuesto, estos trabajos se presentan como una base imprescindible desde la que acceder a bibliogra-

24 Galbraith y Lamarre, «Otakuology: A Dialogue», p. 362.

fía, autores y posibles temas de investigación. En este sentido, en ningún caso deben desmerecerse; sin embargo, el tratamiento de la cultura popular japonesa en que a menudo incurren entronca con algunas reflexiones propuestas por autores como Ōtsuka Eiji.

Ōtsuka ha sido uno de los grandes críticos de este tipo de estudios, tanto académicos como pseudoacadémicos, sobre la cultura popular. Este autor ha sido tajante, por ejemplo, con la imagen neojaponista que han hecho suyas y potenciado las prácticas del *Cool Japan*. Según este autor, estas campañas han contribuido a que en esa imagen estereotipada sobre Japón, en la que conviven figuras arquetípicas como la *geisha,* el *ninja* y el samurái, entre un nuevo grupo social llamado *otaku*.[25] Los escritos de Ōtsuka sobre la cultura popular japonesa influyeron notablemente en autores como Azuma. A pesar de ganar reconocimiento a través de la traducción que se hizo al inglés de *Dōbutsukasuru posutomodan,* Ōtsuka ha desdeñado el interés académico en esta clase de temas. El autor ha recalcado sardónicamente cómo la jerga crítica que él y sus colegas empezaron a usar en sentido burlesco en temas sobre los medios de comunicación y la teoría de la comercialización en la década de 1980 fue tomada en serio por los académicos e investigadores de principios de la década de 2000. El autor dijo que no veía el valor de discutir sobre elementos como el *otaku* en la academia. Según Ōtsuka, «it is good for laugh, but nothing more».[26]

Es importante recalcar que, a pesar de las duras críticas de Ōtsuka, Galbraith concedió el prefacio de *Debating Otaku in Contemporary Japan* a este autor, a pesar de que era consciente de que el escrito de este autor versaría, paradójicamente, sobre una crítica a ese tipo de estudios. Galbraith, en este sentido, reconoció la figura de Ōtsuka en el ámbito de la cultura popular y planteó sus críticas como un punto de partida importante desde el que reflexionar.

---

25 Cfr. Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», p. xv.
26 *Ibid.,* p. xiii.

Este modo de obrar dista mucho de otras investigaciones que, como el propio Galbraith reconoció en su conversación con Lamarre, en numerosas ocasiones se decantan por un análisis positivo y complaciente que trata de proteger o ensalzar los atributos de la cultura popular nipona. Así, en el capítulo de Ōtsuka que se presentó como prefacio a *Debating Otaku in Contemporary Japan* afirmaba:

> Asking the question of who exactly is an "otaku" is certainly related to the question of why individuals want to argue about "otaku" and that culture in the academy —why you yourself want to argue about this in the first place. Why are all of you attracted to "otaku" culture? Is it just pure academic curiosity that is utterly unrelated to your social identity? People who research "otaku" should ask themselves such questions. If all of you are researching "otaku" in the academy as a demonstration to yourself that "I am not an otaku", then this is not the slightest bit different from Nakamori Akio separating "otaku" from the "new breed" to say that they were different from him. To put it bluntly, how different is your "otaku" research from this? What you are doing is probably not so different from anthropologists standing on the side of "civilization" called the West and researching the "savage".[27]

En aquel escrito, titulado *Otaku Culture as 'Conversion Literature',* Ōtsuka expuso irónicamente que se había sentido tentado de empezar con una reflexión seria y plagada de vocabulario técnico y expresiones de corte académico; un texto que contuviese elevadas referencias al sistema kantiano y a conceptos estéticos como lo sublime y que, en definitiva, replicase la conocida treta que Allan Sokal usase en el año 1996.[28] A pesar de estos tintes humorísticos

27 *Ibid.,* p. xxv.

28 En 1996 el físico Alan Sokal envió un artículo al equipo editorial de la importante revista académica *Social Text*. Su objetivo era poner de manifiesto la falta de rigurosidad y evaluación que manejaban este tipo de revistas a la hora de aceptar trabajos para ser publicados. Un texto cargado de tecnicismos y de referencias a autores de gran prestigio, además de apoyar los prejuicios ideológicos de los editores, fue lo único que necesitó para lograr ser aceptado, según reflexionó Sokal tras aquel episodio.

a los que Ōtsuka recurrió, su análisis fue contundente y muy crítico. En su escrito el autor explicó que, tras el aumento internacional de la atención académica a temas como el de la cultura *otaku,* «la broma había dejado ya de ser divertida». El autor se mostró particularmente molesto no solo por el acercamiento orientalista de los investigadores extranjeros, sino también por el autoorientalismo en que incurrieron ciertos autores nipones; un autoorientalismo, expresó, «wich comes with its own essentializing assurances about who 'we' are».[29] Por ejemplo, Ōtsuka descalificó a los autores que han intentado conectar la cultura *otaku* (junto con el manga, anime, videojuegos y el resto de los elementos de la cultura popular) con el Japón premoderno. Estas teorías, en su opinión, volvían una vez más a potenciar los discursos de *nihonjinron*.[30]

Como Galbraith recuerda a partir de las teorías de Ōtsuka, en la década de 2000 este tipo de conexiones históricas ofrecieron al Gobierno japonés nuevas herramientas para su proyecto de construcción nacional. Fue entonces, debido a la popularidad que lo *otaku* empezó a cosechar, cuando el Gobierno comenzó a presentar esta subcultura como representativa de la cultura japonesa. En palabras de Galbraith: «To put bluntly, the growing academic interest in "otaku" culture catered to and was reciprocally influenced by a government strategy to promote "Cool Japan"».[31] Ōtsuka vio en este tipo de prácticas un borrado concomitante de la historia

29 Cfr. Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», p. xiii.

30 Cabe matizar a este respecto que el propio Ōtsuka estableció algunas relaciones entre el consumismo japonés de la década de 1980 y el del período Edo en su texto *Monogatari shōhiron* [Sobre el consumo de narrativa], publicado en 1989. En él desarrolló su teoría sobre la relación entre lo que llamó «las grandes narrativas» (la visión del mundo) y las «pequeñas narrativas» (los productos). Con todo, ha de reconocerse que sus referencias y conexiones con Edo no fueron tan explícitas y rotundas como las de Okada, para quien, como se analizó en el tercer capítulo de este libro, el *otaku* era el depositario de la cultura premoderna. Cfr. Steinberg, «Otaku consumption, superflat art and the return to Edo», p. 452.

31 Nota introductoria de Galbraith a Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», p. xiv.

moderna (una historia de totalitarismo, guerra y destrucción que la sociedad japonesa abrazó). En efecto, cinco años antes de la publicación del escrito de Ōtsuka, Lamarre y Galbraith habían llegado a conclusiones que engarzaban con lo expuesto por el japonés:

> After the end of the Cold War and the Bubble Economy, the imperative to study Japan greatly diminished. Japan could no longer be discussed in terms of its threat, be it military or economic in nature. Scholars of Japanese literature turned to popular culture in the 1990s in an attempt to invigorate the field, partly attracted to its mass appeal, which made both for publishing opportunities and increased student interest. There was also new funding from institutions eager to compensate for Japan's shrinking political and economic significance. Basic questions, like why we study Japan and why study its popular culture, were swept aside as Japan studies overcame its crisis by turning to new popular topics.[32]

Aquellos estudios de la cultura popular promulgaron nuevamente una revitalización de los estudios culturales sobre Japón, pero a su vez trajeron consigo un alejamiento de ciertos temas menos amables, como recordó Ōtsuka. Para este autor, al descuidar esas conexiones con la realidad moderna, estableciendo saltos entre lo premoderno y la cultura popular contemporánea, se perdía la oportunidad de todo tipo de crítica al deslizamiento conservador que hubo entonces y que también se está produciendo en la actualidad. Es en este contexto en el que ha de entenderse la contundente conclusión de Ōtsuka de que, en este sentido, cualquier estudio acrítico sobre la cultura popular japonesa es cómplice de la agenda nacionalista.[33]

En este marco, Ōtsuka también ha establecido una crítica de ciertos autores y artistas analizados en las páginas de este libro que debe ser tenida en consideración. Según este autor, también

32 Cfr. Galbraith y Lamarre, «Otakuology: A Dialogue», p. 360.
33 Cfr. Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», pp. xv-xvi.

las teorías de autores como Murakami Takashi y Azuma Hiroki entroncaron con estos «saltos», que desviaron la atención de ciertos temas importantes y acuciantes del pasado reciente nipón. Ambos hicieron un gran esfuerzo en introducir al mundo una reflexión más profunda y detallada de la realidad *otaku,* pero lo hicieron centrándose radicalmente en el contexto de las relaciones de posguerra entre Japón y Estados Unidos. Ōtsuka denominó a esta situación «narcisismo bilateral», un narcisismo a través del cual se primó el análisis de las conexiones de Japón con su nuevo socio, Estados Unidos, desdibujando las relaciones de preguerra con el resto de sus vecinos asiáticos. En efecto, como se analizó, hubo investigadores como Rodao que señalaron que Japón, en cierto modo, eludió sus responsabilidades inmediatas en Asia presentándose como víctima de la ocupación estadounidense. Con el paso del tiempo, la consolidación de la alianza con Estados Unidos en el contexto de la Guerra Fría ayudó al archipiélago a seguir concentrándose en otros temas, en vez de en la aceptación crítica y contundente de sus actividades coloniales. Hasta hoy día, las heridas de entonces continúan abiertas, sobre todo con sus vecinos más cercanos: China y Corea del Sur. Paradójicamente, este último debería ser el socio principal de Japón en la región por afinidad geográfica y política, pero la última guerra comercial entre Japón y Corea del Sur, iniciada en julio de 2019, evidencia las tensiones que aún existen entre ambos países.

En opinión de Ōtsuka, este tipo de saltos históricos, junto al enfoque que en ocasiones se da en las investigaciones sobre cultura popular japonesa, deja de lado temas importantes y que considera acuciantes, como el problema del imperialismo y el nacionalismo, el fracaso de las revueltas estudiantiles en la década de 1960 o la disolución evidente de la izquierda japonesa. Estos dos últimos factores estarían estrechamente relacionados con el tema del auge de la cultura popular nipona a pesar de que apenas sea tratado en las investigaciones contemporáneas. Ōtsuka mencionó a este respecto cómo un gran número de figuras importantes en

el mundo del manga y la animación, como por ejemplo Suzuki Toshio (editor de la revista *Animage* y fundador de Studio Ghibli) o Yashuhiko Yoshikazu (diseñador de personajes de *Gundam*), entre otros, tuvieron un activismo importante en los grupos de la Nueva Izquierda durante sus años de juventud; esta entroncó con las revueltas estudiantiles de 1960, conocida como «movimiento *Anpo*», y con la de 1968, denominada «movimiento *zenkyōtō*».

El primero de los movimientos, como su nombre indica, tuvo como objetivo bloquear la renovación del tratado *Anpo,* firmado en 1951 con Estados Unidos. Tras su fracaso, poco a poco los grupos estudiantiles fueron disminuyendo su capacidad para movilizar a los estudiantes que los apoyaron en un inicio. Sin embargo, el espíritu que alimentó aquellas revueltas a principios de la década resurgió en 1968 con un evento inesperado. En octubre de 1967, un pequeño grupo de activistas se enfrentaron a la policía en el aeropuerto de Haneda, en Tokio, como gesto de oposición a la guerra de Vietnam. El objetivo de aquel grupo era impedir que el primer ministro Satō Eisaku volase a Vietnam del Sur. Los estudiantes, protegidos con cascos de la construcción y con palos de madera se impusieron a la policía. El enfrentamiento, retransmitido en los noticiarios de la televisión nacional, tuvo un importante impacto en la población, sobre todo entre los estudiantes más jóvenes y los trabajadores, que quedaron impresionados con lo que consideraron un gesto heroico. Aquel acto permitió canalizar la ola de indignación ciudadana que también parecía recorrer Occidente y alentar lo que Oguma Eiji denominó «el 68 japonés».[34] Rápidamente, los estudiantes, animados por aquel gesto, volvieron a organizarse en torno a las universidades del país forman-

34 Cfr. Oguma Eiji, «El 68 japonés: una reacción colectiva al rápido crecimiento económico en una época de agitación», trad. de Pablo Scotto, *Sinpermiso,* 23/03/2018. En línea: <https://www.sinpermiso.info/textos/el-68-japones-una-reaccion-colectiva-al-rapido-crecimiento-economico-en-una-epoca-de-agitacion>. [Consultado: 03/07/2020].

do los *zenkyōtō* [consejos universitarios de lucha conjunta]. Estos, armados al igual que los activistas del aeropuerto de Haneda con cascos y palos, tomaron algunos campus importantes y se parapetaron en ellos. Los encierros fueron declarados zonas liberadas y la imagen de estos estudiantes generó en un inicio una cobertura informativa comprensiva y amigable con sus protestas.[35] Los objetivos del movimiento *zenkyōtō* fueron difíciles de concretar. En un inicio, cuando el movimiento solo se limitó a la Universidad de Nihon y a la Universidad de Tokio, los *zenkyōtō* se conformaron como grupos separados y específicos de cada universidad, es decir, cada universidad poseía su propio *zenkyōtō* sin que estos estuviesen aún conectados entre sí. En esta etapa inicial, la mayoría de los estudiantes no estuvieron interesados en la política nacional e internacional, sino que el objetivo de su activismo era el de mejorar la situación dentro de sus propias universidades.[36]

Cuando el movimiento siguió expandiéndose por más centros universitarios, varios grupos de la Nueva Izquierda trataron de fundar sobre el mismo propuestas políticas con objetivos más concretos: una oposición manifiesta a la guerra de Vietnam, al *Anpo* (ratificado hacía ocho años) y al Gobierno conservador japonés. En el transcurso de dos años el impulso inicial del movimiento empezó a decaer y junto con él las barricadas en las universidades fueron poco a poco desmanteladas. La economía crecía en aquellos años y la población general del país estaba satisfecha con su nivel de vida. Esto hizo que, paulatinamente, el movimiento se desinflase hasta desaparecer. Cabe mencionar que de aquellas revueltas surgió el grupo extremista *Sekigun ha* [Ejército rojo], que defendió la necesidad acuciante de la lucha armada. Duramente reprimidos por la policía, algunos de los miembros de este grupo llegaron a secuestrar un avión y escapar a Corea del Norte. Otros

35 *Ibid.*
36 *Ibid.*

miembros decidieron marchar a Oriente Medio para apoyar a las guerrillas palestinas.

Puede considerarse al 68 japonés como la última muestra de movimientos y activismos ciudadanos propiamente dichos hasta la llegada de las protestas antinucleares del año 2011. A pesar de eso, estas últimas no tuvieron un sesgo político tan marcado como las revueltas de la década de 1960. Tras ellas, este tipo de intervenciones en las que ciertos sectores de la izquierda japonesa se manifestaron pasaron al ostracismo. A partir de entonces, Japón, gobernado de manera casi ininterrumpida desde la posguerra por el Partido Liberal Democrático, ha dado muestras de una juventud cada vez más despolitizada y despreocupada con el rumbo político de la nación. En las elecciones de 2017, por ejemplo, se registró una de las participaciones más bajas, con tan solo el 53,6 % del censo total.[37] En este contexto, Ōtsuka recordó que aquellos estudiantes, en su época de fervor revolucionario, fueron los defensores ideológicos de la subcultura que se estableció y serviría de base a la posterior cultura *otaku,* una subcultura en la que ciertos géneros de manga, como el *gekiga* de autores como Shirato Sanpei, fueron revalorizados como obras contraculturales en las que se ensalzaba la lucha y rebeldía de los protagonistas.[38] Ante la perspectiva de aquellos estudiantes, atrincherados en las universidades y consumiendo manga en las largas horas libres de confinamiento, Ōtsuka señaló a este respecto que no debe olvidarse el hecho de que el movimiento *zenkyōtō* fue en sí mismo una «especie de cultura pop» que la nueva masa de estudiantes encontró en las universi-

37 Cfr. «El partido del primer ministro Abe gana las elecciones en Japón», *RTVE.es/EFE,* 23/10/2017. En línea: <https://www.rtve.es/noticias/20171023/abren-colegios-electorales-japon-para-comicios-generales-abe-como-favorito/1629744.shtml>. [Consultado: 28/06/2020].

38 También entre aquellos jóvenes se popularizaron las películas de temática *yakuza,* en las que se romantizaba el carácter *antiestablishment* de los gánsteres. Cfr. John W. Treat, *The Rise and Fall of Modern Japanese Literature,* Chicago, University of Chicago Press, 2018, pp. 205-209.

dades, en un contexto muy concreto de revueltas estudiantiles. En este sentido, fue característico de estos universitarios considerar la cultura pop como contracultura y utilizarla como herramienta de crítica hacia el sistema social nipón y el capitalismo en general.[39] Según la lectura que Ōtsuka hizo de esta generación y del habitual tránsito que empezaron a establecer por los mundos del manga, estos estudiantes serían los que prepararían el escenario para la primera generación de *otaku*. Una vez perdieron sus objetivos, esta generación estudiantil y de inclinación izquierdista pasó a habitar los mundos de la subcultura, a la que consideraron un reducto de resistencia frente a la alta cultura. Fue así como, según el autor, los «derrotados» *[haisha]* del movimiento *zenkyōtō* se convirtieron en los líderes de la cultura y subcultura infantil a partir de 1970. En palabras del propio Ōtsuka:

> The Zenkyōtō generation and the preceding political generation, even after their conversion, continued to take subculture, the bottom of the cultural hierarchy, as an anti-establishment tool. This went on to become a «means» *(hōben)* of children's culture for example in animation and manga, which had come to the fore by the 1980s. They had abandoned Marxism, but in some way sought to change the system; they could not rid themselves completely of their ambitions as vague revolutionaries. This is tied to the attitude of «participating in meaningless subculture to invalidate the hierarchy of bottom and top».[40]

Sin embargo, aquel intento de destrucción de la jerarquía no avanzó una estrategia cultural de izquierdas. Al contrario, lo que realmente ocurrió fue que aquellos estudiantes progresivamente reemplazaron a la clase trabajadora por los consumidores de cultura popular japonesa. De este modo, los mismos estudiantes que debían ser los portadores de la cultura y de los anhelos de cambio y progreso propios de los movimientos estudiantiles citados

39 Cfr. Ōtsuka, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», p. xvii.
40 *Ibid.,* p. xviii.

se convirtieron en consumidores y creadores de cultura popular y del entretenimiento. Dejaron, así, el terreno allanado a la generación que vendría tras ellos, nacida en la década de 1960, la cual se convertiría en la primera generación *otaku* propiamente dicha, una generación que ya nunca abandonaría la cultura popular por considerarla como una simple «cultura de niños». Esto fue lo que posibilitó la creación del gigantesco mercado que hoy envuelve a la cultura popular japonesa.[41]

El análisis de Ōtsuka se sumó de este modo al estado de la cuestión de los estudios sobre la cultura popular japonesa. En cierto sentido, parece como si la táctica de Galbraith de dejar el prefacio de su obra a Ōtsuka hubiese buscado consolidar su investigación. Incluir su punto de vista crítico ayudó, precisamente, a legitimar aquella publicación como una obra seria desde la que seguir explorando los nuevos debates que surgían. A pesar de la demoledora crítica de Ōtsuka, paradójicamente, sus apuntes sobre ciertos aspectos de la política nipona y el final de las revueltas estudiantiles de la década de 1960 también pasaron a formar parte de una reflexión coherente y positiva a partir de la cultura popular japonesa, es decir, de una reflexión que no buscaba encumbrar, resaltar, vender o exotizar a Japón y su cultura del entretenimiento, sino todo lo contrario. Es en este contexto en el que se asume que el neojaponismo, entendido como el nuevo gusto por estos temas de la cultura popular, puede llevar a ciertos jóvenes a interesarse por escritos como los de Azuma, Galbraith y Ōtsuka, así como por artistas como Aida, Tenmyouya y Murakami, entre otros. Este puede ser un modo diferente de abordar el *boom* contemporáneo por «lo japonés», más allá de su comprensión como mera fórmula comercial o publicitaria: un gusto por «lo japonés» que derive en el análisis, la comprensión y la crítica de los mismos elementos de la cultura popular de la que surge; un gusto por «lo japonés»

41 *Ibid.*, p. xix.

que fomente una asunción crítica, tangible y veraz sobre el objeto de estudio en particular y sobre Japón en general, más allá de la idealización y la fantasía. Este es el discurso al que este libro ha pretendido contribuir.

# EPÍLOGO

El interés que en los últimos años han cosechado fenómenos como el neojaponismo y todos aquellos ámbitos y elementos de la cultura popular con los que se le relaciona se hace patente en las numerosas sinergias e hibridaciones que están produciéndose en la cultura del entretenimiento occidental. Uno de los numerosos ejemplos, mencionado en esta investigación, es el de la *Nouvelle Manga,* una nueva corriente surgida a principios del siglo XXI en el seno de la novela gráfica europea, iniciada por el dibujante francés Frédéric Boilet tras una estancia de doce años en Japón. Como se analizó, la propuesta de Boilet tuvo como objetivo principal aunar las estéticas de la *bande dessinée* y del manga, obteniendo una notable popularidad durante la década de 2010 entre lectores, críticos y dibujantes europeos y japoneses de gran renombre que se unieron a dicha corriente. La *Nouvelle Manga* de Boilet mostraba, así, la popularidad que en Europa habían alcanzado los productos del entretenimiento nipón y que empezaba a derivar en intercambios, propuestas y asunciones culturales surgidas en el seno de la cultura popular japonesa. Como Boilet, son numerosos los dibujantes, animadores, diseñadores y artistas europeos y americanos que están haciendo suyos los códigos estéticos de dicha cultura popular contemporánea e integrándolos en su propia tradición historietista, fílmica y artística. Debido a esto, dichos códigos resultan cada vez menos ajenos y extraños al público occidental, a pesar de que su identificación con Japón sigue siendo total. Esto quiere decir que «lo japonés» se asienta

en terreno occidental, penetra nuestra cotidianidad y convive con nuestros referentes culturales más cercanos, pero sin perder cierto halo de exotismo que lo mantiene anclado a aquel lejano país de Asia Oriental que fascina a los seguidores del manga, el anime, los videojuegos, el *cosplay,* etc.

La importancia concedida a este nuevo gusto por «lo japonés», no solo en el terreno de lo lúdico, sino también en el de lo académico, queda respaldada con el surgimiento en las dos últimas décadas de una bibliografía heterogénea y en constante crecimiento en torno a las características, problemáticas y peculiaridades de los productos del entretenimiento que hace posible su abordaje desde ámbitos como la comunicación audiovisual, la sociología, el estudio de medios, la historia y el arte, así como desde la reflexión filosófica y estética. Elementos como la citada *Nouvelle Manga,* así como el aumento de trabajos de fin de grado, de máster, tesis doctorales y, en general, todo tipo de publicaciones académicas en torno a ellos, evidencian cómo los productos de la cultura popular nipona pueden ser una puerta de entrada idónea al sugerente bagaje estético de la cultura contemporánea japonesa. Penetrar en Japón desde este ámbito del entretenimiento resulta, además, en primera instancia, más sencillo e inmediato que hacerlo desde otros como la literatura o el cine, debido, en parte, a la omnipresencia que el manga y el anime tienen en las plataformas digitales, el auge de literatura especializada, la popularidad creciente de los salones de manga en Europa y América, etc. De este modo, cabe afirmar que la fascinación actual por Japón está estrechamente ligada con ese aire *cool* que desprende su cultura popular y del que se han valido tanto ciertas corrientes del arte contemporáneo japonés como las campañas gubernamentales como el *Cool Japan*.

En los últimos años se ha corroborado la presencia cada vez más tangible de «lo japonés» en Occidente: el número de festivales de manga y anime y el número de asistentes han crecido exponencialmente, los grados y másteres en estudios de Asia Oriental han visto acrecentar su popularidad entre los estudiantes, editoriales

especializadas han permitido el acceso progresivo a un amplio abanico de literatura japonesa, las plataformas digitales dedicadas a las teleseries han incrementado de manera considerable sus títulos de anime y las librerías han aumentado el número de estanterías dedicadas al manga. La generación nacida en la década de 1990 en Occidente ya creció rodeada de los productos del entretenimiento japonés, pero al alcanzar una determinada edad aquel nicho quedaba relegado a un pequeño grupo de fanáticos, entusiastas o frikis. Hoy, el gusto contemporáneo por estos productos se ha democratizado y resulta difícil encontrar a jóvenes de cualquier edad que no estén consumiendo en estos momentos algún anime, manga o videojuego japonés, que no tengan en su habitación algún póster o figura inspirada en estos mundos del manganime o que no estén familiarizados con términos como *otaku* o *kawaii*. Entender este progresivo asentamiento de «lo japonés» en el contexto occidental requiere conocer cómo y por qué comenzó la fascinación contemporánea por Japón y, sobre todo, en qué consiste dicha fascinación a la cual ha dado en denominarse neojaponismo.

A partir de este contexto, y una vez culminado el trayecto que nos ha traído hasta aquí, la primera conclusión que cabe extraer es que el término neojaponismo se presenta como un concepto problemático en relación a su uso y a una posible definición que lo acote. De entrada, identifica la fascinación por Japón surgida a finales del siglo XX en Occidente como un nuevo japonismo o un japonismo contemporáneo. Esto plantea una serie de dificultades que tienen que ver directamente con esa referencia que, desde el contexto actual, se hace al japonismo. En este sentido, cabe asumir que las primeras concepciones decimonónicas de «lo japonés» partieron de una idealización exacerbada de Japón que fue reflejada en el entorno de las artes europeas. El imaginario estético que se configuró en relación al archipiélago nipón desde medios como la pintura, la literatura y el coleccionismo en aquel entonces incurrió en una suerte de utopización de Japón que sentó las bases de la fascinación japonista.

De este modo, la segunda conclusión que se establece es que, en efecto, existe una serie de códigos y estructuras conceptuales que se erigen desde Occidente en torno a Japón y que se repiten tanto en la fascinación japonista decimonónica como en la nueva fascinación que surge por Japón a finales del siglo XX. En ambos contextos, Japón se alza como una suerte de paraíso estético, fuente de exotismo, novedad y entretenimiento. Así pues, ciertos ámbitos del japonismo, que permiten abordar al fenómeno entendido como «estilo» (en el contexto artístico), «moda decorativa» (en el contexto social), «objeto de consumo» (en el comercial) y «viaje» (en el contexto de la aventura), pueden ser repensados en el contexto del neojaponismo mediante el *cosplay,* el coleccionismo de figuras manganime, el uso e integración de la estética manga por parte de ciertos dibujantes y artistas occidentales y el turismo creciente de los fans que desean visitar el país en el que surgieron sus videojuegos, animes y mangas favoritos.

El problema que surge, y que cabe proponer como tercera conclusión, es que, si se pretende abordar de manera exhaustiva el neojaponismo (origen, características y evolución), la asunción primera e inmediata de que estamos ante fenómenos similares, equiparables o directamente intercambiables al hablar de japonismo y neojaponismo entorpece el análisis. Aunque, en efecto, pueden establecerse sinergias importantes entre dichos ámbitos de la fascinación japonista y los de la neojaponista, en estas páginas hemos defendido la necesidad de abordar el fenómeno contemporáneo de manera sucinta, y separada del fenómeno decimonónico, con el que en numerosas ocasiones se trata de establecer un correlato.

Una vez analizadas algunas de las derivas y circunstancias en las que se vio envuelto Japón, en el contexto del neojaponismo, utilizando como catalizador el campo del arte y teniendo en cuenta también ámbitos como la política, la filosofía y la economía, se ha llegado a la cuarta conclusión: aunque el término neojaponismo se popularizó a comienzos del siglo XXI como un intento por

ciertos entornos artísticos, académicos y divulgativos de asociar la fascinación contemporánea por Japón con aquella que surgió en el siglo XIX, lo cierto es que existen más diferencias entre el japonismo y el neojaponismo que similitudes. Estas diferencias son, además, ciertamente significativas y resultan importantes a la hora de entender el imaginario contemporáneo que se ha forjado en Occidente en torno a Japón y, en líneas generales, se producen debido a que el neojaponismo consiste en un fenómeno mucho más complejo y global que el del japonismo. Esa complejidad proviene de las circunstancias que Japón experimentó a partir de su derrota en la Segunda Guerra Mundial: la imbricación con la cultura estadounidense, el auge económico y la crisis que sobrevendría al *boom* de la burbuja económica, entre otros factores, explican el origen y evolución de una cultura popular contemporánea tan característica como la japonesa, eje vertebrador de la fascinación neojaponista.

De este modo, la quinta conclusión que cabe establecer es que esas derivas históricas, económicas, artísticas y políticas son desde las que es necesario empezar a identificar el origen y consolidación del neojaponismo, las mismas que, paradójicamente, mediante una conexión reduccionista y simplista entre japonismo y neojaponismo en ocasiones son limadas o pasadas por alto. Como forma de abordar el análisis sobre la fascinación neojaponista se ha puesto el foco en la cultura popular desde la que se gestó. Sobre todo, se ha considerado de especial relevancia el modo en que Japón ha usado el interés internacional por sus productos del entretenimiento para beneficio propio. De esta forma, la sexta conclusión a la que se ha llegado en estas páginas es que puede asumirse que existen dos maneras de valerse de la fascinación neojaponista y que, a su vez, plantean un acercamiento al fenómeno del neojaponismo ciertamente diferenciado. Así pues, cabe hablar del uso gubernamental que se ha hecho desde las campañas del *Cool Japan*. Con el fin de mejorar las exportaciones, el turismo en Japón y la imagen del país en el extranjero, el Gobierno nipón ha tratado de

fomentar el interés en su cultura del entretenimiento. De ello, se resuelve que el *Cool Japan* busca potenciar esa idea de Japón como reino del divertimento, el exotismo y el placer: una utopía estética en la que los elementos como el manga, anime, *otaku, kawaii,* etc. marcan la tónica. Japón ha contribuido así a generar una imagen muy concreta y positiva de sí mismo a partir de ese interés y fascinación que en Occidente surgió en torno a estos productos de su cultura popular. Otro discurso posible, que puede ser contrapuesto al del *Cool Japan,* es el que se establece desde algunos ámbitos académicos y divulgativos, así como desde algunas corrientes del arte contemporáneo japonés que, haciendo suyos los mismos elementos de la cultura del entretenimiento de los que el *Cool Japan* se vale, permiten una reflexión crítica y menos complaciente con la realidad contemporánea del país. En este caso, elementos como el *otaku* o lo *kawaii,* entre otros, no son directamente criticados, pero sí son sacados de ese ámbito idílico y pueril con el que el *Cool Japan* trata de asociarlos y puestos como evidencias o resultados de algunos acontecimientos políticos y económicos en los que Japón se vio envuelto desde la posguerra.

Esto lleva a proponer la séptima conclusión: los usos de los elementos de la cultura popular japonesa plantean una situación paradójica según la cual la fascinación neojaponista, surgida de los elementos del entretenimiento japonés, puede ser barrera y, a su vez, puerta de acceso a un conocimiento más amplio sobre la realidad actual de Japón. Sin duda, es el uso descontextualizado de estos elementos de la cultura popular que el *Cool Japan* lleva a cabo lo que puede llevar a un primer interés por parte del público occidental de «lo japonés». Esta fascinación por los productos del entretenimiento es uno de los motivos principales que explican que el número de alumnos que escogen aprender el idioma japonés e interesarse por ciertos aspectos de la cultura pop nipona esté aumentando. El problema es que un conocimiento derivado desde esta aprehensión superficial, exotizada e idílica del país incurre en una comprensión cuanto menos sesgada, e incluso errónea de

la realidad japonesa. Por otro lado, esta primera toma de contacto puede ser una vía que lleve a un progresivo interés por aquello que se encuentra detrás de esa pulida y brillante superficie manganime con la que ciertos sectores gubernamentales tratan de recubrir Japón. En este caso, algunos de los autores y artistas mencionados en estas páginas pueden presentarse como un sendero idóneo para penetrar el imaginario estético que se proyecta desde los productos del entretenimiento nipón y reflexionar sobre él, sus peculiaridades, origen y problemáticas.

Como forma de concluir este libro, ha sido añadida una última crítica a la fascinación neojaponista, en todos sus niveles, entretejida desde los comentarios de Ōtsuka Eiji. Las conclusiones extraídas en esta última parte del libro sirven para reflexionar sobre el valor de una investigación como la propuesta en estas páginas, sobre la importancia de abordar críticamente la fascinación neojaponista y sobre la pregunta de si, verdaderamente, tal distancia crítica es posible. Este colofón sirve para establecer la última y octava conclusión a la que hemos llegado: el complejo debate sobre la fascinación neojaponista no se agota en estas páginas; al contrario, debido al amplio espectro cultural que alberga el neojaponismo son numerosos los elementos que, a pesar de estar presentes en el libro, en ocasiones no han podido abordarse de manera pormenorizada y con la suficiente exactitud y minuciosidad que se requiere. Ello se debe a que, en la mayoría de las ocasiones, estos ámbitos pueden ser asumidos como campos de estudio en sí mismos, tal y como demuestra el hecho de que, poco a poco, comienzan a surgir investigadores especializados en ellos.

Así pues, por ejemplo, algunos de los fenómenos con los que se relaciona al neojaponismo, como el del *cosplay* y el coleccionismo de figuras y objetos de los mundos del manga, entre otros, plantean cuestiones importantes en relación al uso que ciertas corrientes del arte están haciendo de ellos, de las cuales esta investigación tan solo ha mencionado algunas. Consideramos que esta imbricación entre el ámbito de las instituciones artísticas y el de

la cultura popular, enmarcada en un contexto japonés, permite seguir reflexionando y añadiendo nuevas perspectivas sobre interrogantes que ya acontecieron en Occidente con el advenimiento de corrientes como el arte pop. Del mismo modo, quedan aún por establecer definiciones concretas de elementos recurrentes en las investigaciones sobre la cultura popular japonesa como el de la estética manga. Es decir, queda por delinear cuáles son los aspectos básicos de la estética manga, catalogar qué subestéticas la conforman y proponer descripciones precisas que permitan saber con exactitud a qué se refieren los investigadores cuando usan esta designación. En este contexto, consideramos que el concepto *mukokuseki,* llevado al ámbito de la estética y puesto en diálogo con la cultura popular japonesa, posibilita profundizar aún más, desde una perspectiva contemporánea, sobre ciertos aspectos de la *nihonjinron* en el contexto de la globalización. En relación a estos temas y conceptos desde los que extraer nuevas reflexiones sobre los discursos en torno a la japonesidad, parece que la cultura del entretenimiento japonés también tiene cosas que aportar desde su propio ámbito. Aunque consideramos que el presente libro ha situado, descrito y circunscrito al neojaponismo, líneas de investigación como las mencionadas evidencian las numerosas y variadas ramas que se desligan del fenómeno contemporáneo y que requieren seguir siendo exploradas.

## ¿Neojaponismo, postjaponismo…, o qué?

Como colofón, mencionaré una anécdota académica que, considero, me permite cerrar este libro y a la vez abrir un último planteamiento para futuras investigaciones. En la defensa de mi tesis doctoral, llevada a cabo en 2021 en la Universidad de Salamanca, y cuya investigación supuso buena parte de las bases para este libro, se abrió un debate interesante sobre el concepto mismo de neojaponismo, planteado por los miembros del tribunal: el profesor Alfonso Falero Folgoso, la profesora María Rosa Fernández

Gómez y el profesor José Manuel Gomes Pinto.[1] En aquella sesión se debatió la idea de un nuevo término que pudiera enmarcar mejor la fascinación contemporánea por Japón. Se propuso por ejemplo la idea de un postjaponismo, con el fin de evitar la asociación radical con el fenómeno decimonónico que trae consigo el prefijo «neo». La elaboración de este libro me ha permitido reflexionar detenidamente sobre ello y concluir que, aunque la intención de superación era la correcta, sin duda, la pervivencia de la palabra «japonismo» sigue atando al fenómeno indefectiblemente con las derivas decimonónicas. Probablemente, el lector de estas páginas se habrá percatado de que, sobre todo en los capítulos tres y cuatro, hemos decidido abandonar por momentos el término neojaponismo y dar preeminencia al concepto «cultura popular japonesa». Sin duda, no son lo mismo. El fenómeno, entendido como imaginario estético, sería el resultante de esa misma cultura popular a la que nos hemos referido. Sin embargo, a falta de un concepto apropiado para designar ese imaginario contemporáneo surgido en torno a «lo japonés», hemos tratado de evitar perpetuar en exceso la designación de neojaponismo, la cual consideramos ciertamente problemática.

Dicha designación vino fomentada por la intención de situar rápidamente a la audiencia occidental de ciertas exposiciones a comienzos del siglo XXI, en las que ámbitos como el manga y el anime empezaban a imbricarse con la pintura y otras bellas artes. Probablemente, entre otros motivos, estaba el de los últimos coletazos de un sistema que, a pesar de afirmar las sinergias entre la alta y baja cultura planteadas en el siglo XX en más de una ocasión, seguía considerando necesario acudir al gran arte y a la tradición

1 Esta tesis fue galardonada con el Premio Extraordinario de Doctorado 2021-22 por la Universidad de Salamanca y con el Premio a Mejor Tesis Doctoral 2021-22 por la Asociación Española de Estudios de Asia Oriental. Agradezco a ambas instituciones estos reconocimientos que me han ayudado a seguir progresando en mi carrera académica.

antigua para justificar el hablar de cómics, anime y videojuegos. Quienes nos dedicamos a estos campos sabemos desde hace años que no es necesaria tal justificación, tal y como demuestra el hecho de que ámbitos como el de los *manga studies, anime estudies* y *game studies* sigan consolidándose internacionalmente. En el caso del ámbito general de la cultura popular japonesa, no solo consideramos innecesario el tener que retrotraernos al pasado para justificar el abordar un fenómeno contemporáneo, sino contraproducente. Sin embargo, el uso del concepto neojaponismo sigue atándonos a esa deuda autoimpuesta. Si queremos conceptualizar el fenómeno contemporáneo, para facilitar hablar de él, abordarlo o criticarlo, ha llegado la hora de plantearnos un término más apropiado.

# BIBLIOGRAFÍA


Abe, Shinzō «"Cool Japan" Promotion Council», *Prime Minister of Japan and his cabinet,* 04/03/2013. En línea: <https://japan.kantei.go.jp/96_abe/actions/201303/04cooljpn_e.html>. [Consultado: 17/06/2020].

Agamben, Giorgio, *Lo abierto. El hombre y el animal,* trad. de Flavia Costa y Edgardo Castro, Córdoba, Adriana Hidalgo, 2006.

Almazán Tomás, David, «Del japonismo al *neojaponismo:* Evolución de la influencia japonesa en la cultura occidental», en Elena Barlés y David Almazán (eds.), *Japón y el mundo actual,* Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2010, pp. 871-912.

Alt, Matt, *Pure invention. How Japan's pop culture conquered the world,* Londres, Constable, 2020.

Anónimo (Atribuido a Wu Cheng'en), *Viaje al Oeste. Las aventuras del Rey Mono,* introducción y traducción de Enrique P. Gatón e Imelda Huang, Madrid, Siruela, 2014.

Asō, Tarō, «A New Look at Cultural Diplomacy: A Call to Japan's Cultural Practitioners». Discurso pronunciado en la Digital Hollywood University, 28/04/2006. En línea: <http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html>. [Consultado: 24/05/2019].

Azuma, Hiroki, *Otaku. Japan's database animals,* trad. de Jonathan E. Abel and Kono Shion, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009.

Azuma, Hiroki, «Superflat Japanese Postmodernity», conferencia dada en Pacific Design Center, West Hollywood, 5 de abril de 2011. En línea: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/pdfcoffee.com_azuma-hiroki-superflat-pdf-free.pdf>. [Consultado: 21/06/2019].

Baraka, Jolyon, *Drawing on Tradition: Manga, Anime, and Religion in Contemporary Japan,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2012.

Baraka, Jolyon, «Welcome to Ryohoji! A Japanese Buddhist temple goes modern», *Tricycle,* 15/08/2015. En línea: <https://tricycle.org/magazine/welcome-ryohoji/>. [Consultado: 11/03/2019].

Beasley, William G., *La restauración Meiji,* trad. de Marián Bango Amorín, Gijón, Satori, 2007.

Befu, Harumi, *Hegemony of homogeneity: an anthropological analysis of «Nihonjinron»,* Melbourne, Trans Pacific Press, 2001.

Benedict, Ruth, *El crisantemo y la espada. Patrones de la cultura japonesa,* trad. de Javier Alfaya, Madrid, Alianza Editorial, 2014.

Bengtsen, Peter, «Fashion curates art: Takashi Murakami for Louis Vuitton», en Annamari Vänskä y Hazel Clark (eds.), *Fashion Curating: Critical Practice in the Museum and Beyond,* Londres / Nueva York, Bloomsbury Academic, 2018, pp. 199-212.

Bermúdez, Ángel, «¿Fin del pacifismo en Japón? La polémica reforma constitucional por la que puede cambiar el papel de los militares en ese país asiático», *BBC,* 17/07/2022. En línea: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-62145321>. [Consultado: 15/08/2022].

Berndt, Jaqueline, *El fenómeno manga,* trad. de J. A. Bravo, Barcelona, Martínez Roca, 1996.

Berndt, Jaqueline, «Facing the Nuclear Issue in a 'Mangaesque' Way: The Barefoot Gen Anime», *Cinergien,* 2 (2012), pp. 148-162.

Berndt, Jaqueline, «Images to be "reads". Murakami Takashi's mangaesque paintings», en Jaqueline Berndt, *Manga: Medium, Art and Material,* Leipzig, Leipziger Universität, 2015, pp. 191-201.

Bharucha, Rustom, *Another Asia: Rabindranath Tagore and Okakura Tenshin,* Nueva Delhi, Oxford University Press, 2006.

Blasco Ibáñez, Vicente, *La vuelta al mundo de un novelista,* Valencia, Prometeo, 1924.

Boilet, Frédéric, «Manifiesto Nouvelle Manga», 2001. En línea: <http://www.boilet.net/es/nouvellemanga_manifeste_1.html>. [Consultado: 07/06/2018].

Bonnah, Theodore, «Kimo-kawaii Catharsis: millennials, depression and the empty healing of Sanrio's Gudetama», *Japan Forum,* 31 (2019), pp. 187-210.

Brehm, Magrit (ed.), *The Japanese Experience: Inevitable* [catálogo], Ostfildern, Hatje Cantz Verlag, 2002.

Burges, Chris, «National identity and the transition from internationalization to Globalization: "Cool Japan" or "Closed Japan"?», en Nakane Ikuko, Otsuji y William S. Armour (eds.), *Languages and Identities in a Transitional Japan. From Internationalization to Globalization,* Nueva York, Routledge, 2015, pp. 1-12.

Burns, Susan, *Before the Nation. Kokugaku and the Imagining of Community in Early Modern Japan,* Durham, Duke University Press, 2003.

Carabaña, Carlos, «La primera generación del Iberomanga», *Yorokobu,* 18/06/2015. En línea: <https://www.yorokobu.es/iberomanga/>. [Consultado: 07/08/2018].

Carey, Peter, *Equivocado sobre Japón,* trad. de Cruz Rodríguez Juiz, Barcelona, Mondadori, 2008.

Cassegard, Carl, «Japan's lost decade and its two recoveries On Sawaragi Noi, Japanese neo-pop and anti-war activism», en Nina Cornyetz y J. Keith Vincent (eds.), *Perversion and Modern Japan. Psychoanalysis, Literature, Culture,* Londres, Routledge, 2011, pp. 38-59.

Cheng, Grace, «China's Response to a Post-Pacificist Japan», *E-Internationals Relations,* 14/09/2014. En línea: <https://www.e-ir.info/2014/09/14/chinas-response-to-a-post-pacificist-japan/>. [Consultado: 07/06/2020].

Condorcet, Nicolás de, *Bosquejo de un cuadro histórico de los progresos del espíritu humano,* trad. de Marcial Suárez, Madrid, Editorial Nacional, 1980.

Darling, Michael, «Doomed to survive», en Michael Darling (ed.), *Takashi Murakami: The octopus eats its own leg,* Nueva York, Skira Rizzoli, 2017, pp. 21-38.

Doak, Kevin, *Dreams of Difference. The Japan Romantic School and the Crisis of Modernity,* California, University of California Press, 1994.

Doi, Emiko, «El *randoseru,* una cartera escolar popular en el extranjero», *Nippon.com,* 25/07/2016. En línea: <https://www.nippon.com/es/views/b02312/>. [Consultado: 22/06/2019].

Dower, John, *Embracing Defeat. Japan in the wake of World War II,* Nueva York, W. W. Norton & Company, 2000.

Eisner, Will, *El cómic y el arte secuencial,* trad. de Enrique S. Abulí, Barcelona, Norma, 2002.

*El principio Asia: China, Japón e India y el arte contemporáneo en España (1957-2017),* Madrid, Fundación Juan March, 2018.

Ernesché, Asien, «Antecedentes de la aceleración de la Economía de Burbuja en Japón», *Contribuciones a la Economía,* 1 (2007). En línea: <https://www.eumed.net/ce/2007a/era3.htm>. [Consultado: 28/03/2019].

Estiler, Keith, «'Mr. DOB': Takashi Murakami's Most Famous Character Explained», *Hypebeast,* 10/04/2019. En línea: <https://hypebeast.com/2019/4/takashi-murakami-mr-dob-character-history>. [Consultado: 25/07/2018].

Farrés, Oriol, «De vuelta al fin de la historia. Una interpretación ética de la condición poshistórica en Alexandre Kojève», *Pensamiento. Revista de Investigación e Información Filosófica,* 74 (2018), pp. 521-540.

Favell, Adrian, *Before and After Superflat: A Short History of Japanese Contemporary Art 1990-2011,* Hong Kong, Timezone 8, 2012.

Fernández del Campo, Eva, «Las fuentes y lugares del Japonismo», *Anales de Historia del Arte,* 11 (2001), pp. 329-356.

Foster, Michael, *Pandemonium and parade: monsters and the culture of yokai,* California, University of California Press, 2009.

Foxwell, Chelsea, «The total work of art: Takashi Murakami and nihonga», en Michael Darling (ed.), *Takashi Murakami: The octopus eats its own leg,* Nueva York, Skira Rizzoli, 2017, pp. 40-50.

Freedman, Alisa, «*Train Man* and the Gender Politics of Japanese *'Otaku'* Culture: The Rise of New Media, Nerd Heroes and Consumer Communities», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 129-146.

Fukuzawa, Yukichi, *The autobiography of Fukuzawa Yukichi,* trad. de Eiichi Kiyooka, Nueva York, Columbia University Press, 2007.

Fukuzawa, Yukichi, *An Outline of a Theory of Civilization,* trad. de David A. Dilworth y G. Cameron Hurst, Nueva York, Columbia University Press, 2009.

Fukuzawa, Yukichi, *Datsu-A Ron,* en Dwight Tat Wai, *A Translation of Datsu-A Ron: Decoding a Prewar Japanese Nationalistic Theory,* Toronto, University of Toronto, 2009, pp. 11-20.

Fukuzawa, Yukichi, *An Encouragement of Learning,* trad. de David Dilworth, Nueva York, Universidad de Columbia, 2013.

Galbraith, Patrick W., *The Otaku encyclopedia,* Nueva York, Kodansha America, 2009.

Galbraith, Patrick W., *The Moe Manifesto: An Insider's Look at the World of Manga Anime and Gaming,* Singapur, Tuttle, 2014.

Galbraith, Patrick W., y Thomas Lamarre, «Otakuology: A Dialogue», *Mechademia,* 5 (2010), pp. 360-374.

Galbraith, Patrick W., Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm, «'Otaku' Research: Past, Present and Future», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons*, Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 1-20.

Gandhi, Mohandas, *Collected Works of Mahatma Gandhi: Volumes 4*. En línea: <https://www.gandhiashramsevagram.org/gandhi-literature/collected-works-of-mahatma-gandhi-volume-1-to-98.php>. [Consultado: 15/07/2018].

García, Santiago, *La novela gráfica,* Madrid, Astiberri, 2010.

Gardner, Richard, «Aum Shinrikyo and a panic about Manga and Anime», en Mark MacWilliams (ed.), *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime,* Nueva York, Routledge, 2015, pp. 200-218.

Gasca, Luis, y Asier Mensuro, *La pintura en el cómic,* Madrid, Cátedra, 2014.

Gaughin, Paul, *Escritos de un salvaje,* prólogo de María Dolores Jiménez, trad. de Margarita Latorre, Madrid, Debate, 1995.

George, David R., «Las japonerías de Blasco Ibáñez: La estela de Pierre Loti en *La vuelta al mundo de un novelista*», en Pilar Garcés García y Lourdes Terrón Barbosa (eds.), *Itinerarios, viajes y contactos Japón-Europa,* Valladolid, Peter Lang, 2013, pp. 433-446.

Gibson, William, «Modern boys and mobile girls», *The Guardian,* 01/04/2011. En línea: <https://www.theguardian.com/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features>.

Gilpin, William, *Tres ensayos sobre la belleza pintoresca,* introducción de Javier Maderuelo, trad. de Maysi Veuthey, Madrid, Abada, 2004.

Gluck, Carol, «The invention of Edo», en Stephen Vlastos, *Mirror of Modernity: Invented Traditions of Modern Japan,* California, University of California Press, 1998, pp. 262-284.

Goberna Falque, Juan Ramón, *Civilización: historia de una idea,* Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 1999.

Golden, Seán, «Orientalisms in east Asia. A theorical model», *Inter Asia Papers,* 12 (2009), pp. 1-26.

Gombrich, Ernst Hans, *La preferencia por lo primitivo. Episodios de la historia del gusto y el arte de Occidente,* trad. de Juan Manuel Ibeas, Madrid, Debate, 2003.

Goncourt, Edmond de, y Jules de Goncourt, *Manette Salomon,* París, Charpentier, 1876.

Goncourt, Edmond de, y Jules de Goncourt, *Journal des Goncourt. Mémoires de la vie littéraire,* 10 (1891), pp. 4-71.

Groys, Boris, «Sobre lo nuevo», *Artnodes,* 2 (2003), pp. 1-13.

Groys, Boris, *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural,* trad. de Manuel Fontán del Junco, Valencia, Pre-Textos, 2005.

Harootunian, Harry D., *Overcome by Modernity: History, Culture, and Community in Interwar Japan,* Princeton, Princeton University Press, 2000.

Havens, Thomas R. H., «Comte, Mill, and the Thought of Nishi Amane in Meiji Japan», *The Journal of Asian Studies,* 2 (1968), pp. 217-228.

Havens, Thomas R. H., *Nishi Amane and modern Japanese thought,* Princeton, Princeton University Press, 1970.

Hay, Stephen N., *Asian Ideas of East and West: Tagore and his Critics in Japan, China and India,* Cambridge, Harvard University Press, 1970.

Hearn, Lafcadio, *Japón, un intento de interpretación,* trad. de Marián Bango, Gijón, Satori, 2009.

Hebdige, Dick, «Flat Boy contra Skinny: Takashi Murakami y la batalla por "Japón"», en Paul Schimmel (ed.), *©MURAKAMI* [catálogo], trad. de Magali Martínez y Maribel Villarino, Bilbao, Museo Guggenheim Bilbao, 2009, pp. 10-48.

Heisig, James W., Thomas P. Kasulis y John C. Maraldo (eds.), *La filosofía japonesa en sus textos,* trad. de Raquel Bouso y equipo, Barcelona, Herder, 2016.

Herbig, Paul, y Pat Borstorff, «Japan's Shinjinrui: the new breed», *International Journal of Social Economics,* 22 (1995), pp. 49-65.

Hernández, Manuel, y José Andrés Santiago, *Japón para Otakus. Guía de museos, parques temáticos y otros centros de la cultura manganime,* Madrid, Diábolo, 2018.

Hirst, Damien, «A Conversation. Takashi Murakami and Damien Hirst», 2009. En línea: <http://www.damienhirst.com/texts/2009/feb--takashi-murakami?fbclid=IwAR2vBcKtIm7pi7aVxYmLCj9vKnWtV4XjQ-jWzvwmK4ufjE_8vwFMm2Shi-rk>. [Consultado: 19/06/2019].

Honda, Tōru, *Denpa otoko,* Tokio, Sansai Books, 2005.

Huntington, Samuel, *El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial,* trad. de José Pedro Tosaus Abadía, Barcelona, Paidós, 2005.

Ishihara, Soichiro, Obata Kazukuyi y Kanno Kayoko, «*Kawaii,* ¿cuál es su significado profundo?», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/index.html>. [Consultado: 05/07/2019].

Ishizaki, Go, *Hisashi Tenmyouya: Near equal,* documental, 2006.

Itō, Osamu, «The transformation of the Japanese Economy», en Erich Pauer, *Japan's Wars Economy,* Londres, Routledge, 2014, pp. 171-187.

Iwabuchi, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism,* Durham, Duke University Press, 2002.

Karacas, Cary, y David Fedman, «Blackened Cities, Blackened Maps», en Kären Wigen, Cary Karacas y Sugimoto Fumiko (eds.), *Cartographic Japan: A History in Maps,* Chicago/Londres, University of Chicago Press, 2016, pp. 190-193.

Karatani, Kōjin, «Edo Exegesis and the Present», en Michele Marra (ed.), *Modern Japanese Aesthetics: A reader,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2002, pp. 270-300.

Kawakami, Akane, *Travellers' Visions: French Literary Encounters with Japan, 1887-2004,* Liverpool, Liverpool University Press, 2006.

Kelmachter, Hélène, «Interview with Takashi Murakami», en Murakami Takashi, *Takashi Murakami. Kaikai Kiki* [catálogo], París, Fondation Cartier pour l'Art Contemporaine y Actes Sud, 2002.

Kelts, Roland, *Japanamerica: how Japanese pop culture has invaded the U. S.,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2006.

Kikuchi, Satoru, «The transformation and diffusion of 'Otaku' stereotypes and the establishment of 'Akihabara' as a place-brand», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 147-162.

Kinsella, Sharon, «Cuties in Japan», en Lise Skov y Brian Moeran (eds.), *Women media and consumption in Japan,* Honolulu, University of Hawaii Press, 1995, pp. 220-254.

Kinsella, Sharon, *Adult Manga. Culture and power in contemporary Japanese society,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2000.

Kipling, Rudyard, *Viaje al Japón,* trad. de Emili Olcina, Barcelona, Laertes, 2001.

Kitazawa, Noriaki, «The Genesis of the Kōgei (Craft) Genre and the Avant-Garde: Surrounding the Creation of the Tokyo Municipal Museum of Art», trad. de Chelsea Foxwell, en Yuko Kikuchi (ed.), *East Asian Design History Reader. Vol. 1,* Leiden, Brill, 2018. En línea: <https://readingeastasia.wordpress.com/reading/>. [Consultado: 11/04/2017].

Kōdera, Tsukasa, «Japan as primitivistic utopia: Van Gogh's japonisme portraits», *Simiolus: Netherlands Quarterly for the History of Art,* 14 (1984), pp. 189-208.

Kōdera, Tsukasa, «Van Gogh and Japan: Visions of Utopia», conferencia impartida en la National Gallery of Canada, 21/06/2016. En línea: <http://www.gallery.ca/en/learn/Tsukasa_Kodera.php>. [Consultado: 11/02/2017].

Koizumi, Kazuo, *Father and I: Memories of Lafcadio Hearn,* Boston / Nueva York, Houghton Mifflin, 1935.

Kojève, Alexandre, *Introducción a la lectura de Hegel,* trad. de Andrés Alonso Martos, Madrid, Trotta, 2013.

Koyama, Tomio, «Special Interview: Dealing», en Murakami Takashi (ed.), *Summon monsters? Open the door? Heal? Or die?* [catálogo], Tokio, Kaikai Kiki Co., Ltd., 2001, pp. 118-121.

Koyama-Richard, Brigitte, *Mil años de manga,* trad. de María Enguix Tercero, Barcelona, Electa, 2008.

Kuki, Shūzō, *La estructura del Iki,* trad. de Lil Sclavo, Buenos Aires, El Cuenco de Plata, 2012.

Kuo, John, y Dylan Yeats, *Yellow peril an archive of anti-asian fear,* Londres, Verso, 2014.

Lambourne, Lionel, *Japonisme: cultural crossings between Japan and the West,* Londres, Phaidon, 2005.

Lamerichs, Nicolle, *Productive Fandom. Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures,* Ámsterdam, Amsterdam University Press, 2018.

Leavitt, Alex, y Andrea Horbinski, «Even a monkey can understand fan activism: Political speech, artistic expression and public for the Japanese dōjin community», *Transformative Works and Culture,* 10 (2012). En línea: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/321/311>. [Consultado: 11/12/2018].

Leheny, David, «Los límites de "Naruto": lo que puede conseguir el poder blando», *Nippon.com,* 30/01/2015. En línea: <http://www.nippon.com/es/in-depth/a03902/>. [Consultado: 25/08/2019].

Lehmann, Jean-Pierre, «Old and New Japonisme: The Tokugawa Legacy and Modern European Images of Japan», *Modern Asian Studies,* 4 (1984), pp. 757-768.

Loo, Egan, «Japan Makes English Evangelion Tourism Map, Poster», *Anime News Network,* 07/02/2010. En línea: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2010-02-07/japan-makes-english-evangelion-tourism-map-poster>. [Consultado: 15/02/2019].

Loti, Pierre, *Madama Crisantemo,* trad. de Vicente Díez Tejada, La Coruña, Ediciones del Viento, 2006.

Lozano, Arthur, «Genealogía del Tecno-Orientalismo», *Inter Asia Papers,* 7 (2009), pp. 1-64.

Ludvik, Catherine, *From Savarastï to Benzaiten,* tesis doctoral, Toronto, Universidad de Toronto, 2001.

Lummis, C. Douglas, *A new look at the Chrysanthemum and the sword,* Tokio, Shohakusha, 1982.

Lummis, C. Douglas, «Ruth Benedict's Obituary for Japanese Culture», *The Asia-Pacific Journal,* 5 (2007). En línea: <https://apjjf.org/-C.-Douglas-Lummis/2474/article.html>. [Consultado: 14/04/2019].

Manrique, Elena, «Licuando colegialas. ¿Quién es Makoto Aida? Padre de una generación de artistas», *Acchikei,* 06/03/2019. En línea: <https://acchikei.com/2019/03/06/1785/>. [Consultado: 23/05/2020].

Marra, Michael F., «The Introduction of Aesthetics: Nishi Amane», en Michele Marra (ed.), *Modern Japanese Aesthetics: A Reader,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2002, pp. 17-25.

Marra, Michael F., *Essays on Japanese. Between Aesthetics and Literature,* Brill, Leiden, 2010.

Martel, Frédéric, *Cultura Mainstream,* trad. de Núria Petit, Madrid, Santillana, 2012.

Martí, Josep, «Los *burakumin* en la sociedad japonesa», *Revista Internacional de Sociología,* 16 (1997), pp. 183-203.

Matsui, Midori, «The place of marginal positionality: legacies of Japanese anti-Modernity», en Fran Lloyd (ed.), *Consuming Bodies. Sex and Contemporary Japanese Art,* Londres, Reaktion Books, 2002, pp. 142-165.

Matsui, Midori, «Beyond the pleasure room to a chaotic street. Transformations of cute subculture in the art of Japanese nineties», en Murakami Takashi (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture,* trad. de Office Miyazaki, Inc., Nueva York, Japan Society / Yale University Press, 2005, pp. 209-237.

Mazur, Dan, y Alexander Danner, *Cómics. Una historia global, desde 1968 hasta hoy,* trad. de Antonio Díaz Pérez, Barcelona, Blume, 2014.

McCloud, Scott, *Entender el cómic. El arte invisible,* trad. de Enrique S. Abulí, Bilbao, Astiberri, 2009.

McGray, Douglas, «Japan's Gross National Cool», *Foreign Policity,* 2002. En línea: <http://aboutjapan.japansociety.org/japans_gross_national_cool>. [Consultado: 11/05/2019].

McNeill, David, «Warning: Genius at Work - The Art of Aida Makoto», *The Asian-Pacific Journal: Japan Focus,* 10 (2012), pp. 1-4. En línea: <https://apjjf.org/-David-McNeill/4750/article.html>. [Consultado: 11/04/2020].

Michener, James A., *Sayonara,* trad. de León Mirlas, Barcelona, Orbis, 1983.

Miller, Frank, «Entrevista a Kazuo Koike y Gōseki Kojima», *Entrecomics,* 14/06/2011. En línea: <http://llauna.blogspot.com/2011/06/entrevista-kazuo-koike-y-goseki-kojima.html>. [Consultado: 23/07/2018].

Mishra, Pankaj, *De las ruinas de los imperios. La rebelión contra Occidente y la metamorfosis de Asia,* trad. de Alejandro Pradera, Madrid, Galaxia Gutenberg, 2019.

Moreno, Horacio, *Más allá de Matrix,* Buenos Aires, Círculo Latino, 2003.

Morley, David, y Kevin Robins, «Techno-Orientalism: Futures, Foreigners and Phobias», *New Formations,* 16 (1992), pp. 136-156.

Moya, Manuel de, *La imagen de Japón en España. Prensa, propaganda y cultura (1890-1945),* tesis doctoral, Córdoba, Universidad de Córdoba, 2019.

Munroe, Alexandra, «Wandering position. Conceptual Art in post-Hiroito era», *Flash Art,* 25 (1992), pp. 71-74.

Munroe, Alexandra, «Introducing Little Boy», en Murakami Takashi (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture* [catálogo], trad. de Office Miyazaki, Inc., Nueva York, Japan Society / Yale University Press, 2005, pp. 240-261.

Murakami, Takashi, «A Theory of Super Flat Japanese Art», en Murakami Takashi, *Super Flat* [catálogo], Madra, Tokyo, 2000, pp. 9-25.

Murakami, Takashi, «Earth in my Window», en Murakami Takashi (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture* [catálogo], trad. de Office Miyazaki, Inc., Nueva York, Japan Society / Yale University Press, 2005, pp. 99-149.

Murakami, Takashi, «Superflat Trilogy. Greetings you are alive», en Murakami Takashi (ed.), *Little Boy. The Arts of Japan's Exploding Subculture* [catálogo], trad. de Office Miyazaki, Inc., Nueva York, Japan Society / Yale University Press, 2005, pp. 151-161.

Murakami, Takashi, y Michael Darling, «Takashi Murakami discusses his exhibition The Octopus Eats Its Own Leg with Michael Darling», 2017. En línea: <https://mcachicago.org/Publications/Video/2017/MCA-Talk-Takashi-Murakami>. [Consultado: 11/03/2020].

Murakami, Takashi, y Tsuji Nobuo, *Nobuo Tsuji vs. Takashi Murakami. Battle Royale! Japanese Art History Battle Royal,* Tokio, Kaikai Kiki Co., Ltd., 2017.

Nakamura, Tomoe, «Nishi Amane's response to European dualism», *Postgraduate Journal of Aesthetics,* 10 (2013), pp. 24-35.

Napier, Susan J., *Anime from Akira to Howl's moving castle. Experiencing contemporary Japanese animation,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2005.

Napier, Susan J., «The world of anime fandom in America», *Mechademia,* 1 (2006), pp. 47-63.

Napier, Susan J., *From Impressionism to Anime. Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West,* Nueva York, Palgrave Macmillan, 2007.

Natsume, Sōseki, «Apertura y progreso del Japón contemporáneo», en Natsume Sōseki, *Mi individualismo y otros ensayos,* trad. de Takagi Kayoko, Gijón, Satori, 2017, pp. 15-48.

Nishi, Amane, «The Theory of Aesthetics», en Michele Marra (ed.), *Modern Japanese Aesthetics: A Reader,* Honolulu, University of Hawaii Press, 2002, pp. 26-37.

Nishimura, Anne, «Negotiating the global, engaging with the local», en Anne Nishimura (ed.), *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics. A collaboration with Nobuo Tsuji and The Museum of Fine Arts, Boston,* Boston, MFA Publications, 2018, pp. 23-31.

Nitobe, Inazō, *Bushido. El alma de Japón,* trad. de José Pazo, Gijón, Satori, 2017.

Nittono, Hiroshi, «A behavioral science framework of understanding Kawaii», *paper* presentado en *The Third International Workshop on*

*Kansai,* Fukuoka, 2010. En línea: <https://ir.lib.hiroshima-u.ac.jp/ja/00029818>. [Consultado: 05/07/2019].

Nittono, Hiroshi, Fukusima Michiko, Yano Akihiro y Moriya Hiroki (2012), «The Power of *Kawaii:* Viewing Cute Images Promotes a Careful Behavior and Narrows Attentional Focus», *PLoS ONE,* 7(9) (2012). En línea: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0046362>. [Consultado: 11/07/2019].

Nye, Joseph S., «El poder blando y la política exterior americana», trad. de Juan Tovar Ruiz, *Relaciones Internacionales,* 14 (2010), pp. 117-140.

Obata, Kazukuyi, «¿Hasta qué punto es mono lo *kawaii*? La educación infantil en un Japón obsesionado por lo *kawaii*», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/index.html>. [Consultado: 05/07/2019].

Oguma, Eiji, «El 68 japonés: una reacción colectiva al rápido crecimiento económico en una época de agitación», trad. de Pablo Scotto, *Sinpermiso,* 23/03/2018. En línea: <https://www.sinpermiso.info/textos/el-68-japones-una-reaccion-colectiva-al-rapido-crecimiento-economico-en-una-epoca-de-agitacion>. [Consultado: 03/07/2020].

Okada, Toshio, *Otaku wa sudeni sindeiru,* Tokio, Shinchōsha, 2008.

Okada, Toshio, «Introduction to Otakuology», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 89-104.

Okakura, Kakuzō, *Los ideales de Oriente. Con especial referencia al arte japonés,* trad. de Fernando Álvarez, Gijón, Satori, 2018.

Okakura, Kakuzō, *El libro del Té,* trad. de Ángel Samblancat, Barcelona, Kairós, 1978.

Ono, Setsuko, *A Western image of Japan. What did the West see through the eyes of Loti and Hearn?,* Ginebra, Imprimerie du Courrier, 1972.

Oteyza, Luis de, *En el remoto Cipango,* La Coruña, Ediciones del Viento, 2013.

Ōtsuka, Eiji, *Shōjo minzokugaku: Seikimatsu no shinwa o tsumugu "miko no matsuei",* Tokio, Kobunsha, 1997.

Ōtsuka, Eiji, *Shōjotachi no kawaii tennō: sabukarucha Tennōron,* Tokio, Kadokawa Shoten, 2003.

Ōtsuka, Eiji, «Otaku Culture as 'Conversion Literature'», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku*

*in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. xiii-xxix.

Pérez, Andrés, y Chida Chiyo, *Yokai, monstruos y fantasmas en Japón,* Gijón, Satori, 2013.

Pilling, David, «Lunch with the FT: Takashi Murakami», *Financial Times,* 19/06/2015. En línea: <https://www.ft.com/content/fd513f92-142a-11e5-abda-00144feabdc0>. [Consultado: 12/06/2020].

Rafoni, Béatrice, «Le japonisme culturel dans la France contemporaine: un défi à l'américanisation?», en Olivier Dard y Hans-Jürgen Lüsenbrick (eds.), *Américanisations et anti-américanisations comparés,* Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2008, pp. 163-173. En línea: <https://books.openedition.org/septentrion/ 39102?lang=es#ftn11>. [Consultado: 27/03/2019].

Rodao, Florentino, *La soledad del país vulnerable. Japón desde 1945,* Barcelona, Crítica, 2019.

Rodríguez, Alejandra, «Introducción al fenómeno *kawaii*», *Ecos de Asia,* 2014. En línea: <http:// revistacultural.ecosdeasia.com/introduccion-al-fenomeno-kawaii-i/>. [Consultado: 27/07/2018].

Romero Leo, Jaime, «El auge de la estética *kawaii:* origen y consecuencias», *Kokoro: Revista para la Difusión de la Cultura Japonesa,* 24 (2017), pp. 13-24.

Romero Leo, Jaime, «La estética de la Nouvelle Manga. La reivindicación de lo cotidiano en la nueva novela gráfica franco-japonesa», *CuCo. Cuadernos de Cómic,* 8 (2017), pp. 83-101.

Romero Leo, Jaime, «El imaginario estético de la creación artificial en la cultura popular japonesa», en Mariano Urraco y Francisco José Martínez (eds.), *De esclavos, robots y esclavas. Paisajes transmediáticos,* Madrid, Catarata, 2019, pp. 175-198.

Romero Leo, Jaime, «Estética del iberomanga: confluencias entre España y Japón en el contexto del cómic», en Tateiwa Reiko, Lluis Valls y Gisele Fernández (eds.), *España y Japón en un mundo cambiante,* Kioto, Universidad de Estudios Extranjeros de Kioto, 2019, pp. 171-181.

Romero Leo, Jaime, «Antes de la distopía nuclear: génesis y representación de la distopía amarilla», *Distopía y Sociedad: Revista de Estudios Culturales,* 1 (2021), pp. 129-139.

Rosenblum, Robert, «Takashi Murakami», *Artforum,* 40 (2002), pp. 80-81.

Rothkopf, Scott, «Takashi Murakami: Hombre Empresa», en Paul Schimmel (ed.), *©MURAKAMI* [catálogo], trad. de Magali Martínez y Maribel Villarino, Bilbao, Museo Guggenheim Bilbao, 2009, pp. 124-155.

Said, Edward, *Orientalismo,* trad. de María Luisa Fuentes, Barcelona, DeBolsillo, 2010.

Sandberg, John, «'Japonisme' and Whistler», *The Burlington Magazine,* 106 (1964), pp. 500-507.

Santiago, José Andrés, *Manga. Del cuadro flotante a la viñeta japonesa,* Barcelona, Comanegra, 2013.

Santiago, José Andrés, «Iberomanga: From mainstream to gafotaku and gendered niches», en Jaqueline Berndt (ed.), *Global Manga Studies. Vol. 4. Special Issue "Manga outside of Japan",* Kioto, International Manga Research Center (IMRC), 2014, pp. 1-26.

Sastre, Daniel, *El Desfile de los Cien Demonios como génesis de la imagen sobrenatural en Japón* (introducción a la exposición *Yōkai: iconografía de lo fantástico*), Madrid, Fundación Japón, 2018. En línea: <https://www.fundacionjapon.es/es/Actividades/Arte-y-Cultura/evento/228/exposicion-yokai-iconografia-de-lo-fantastico>. [Consultado: 25/03/2019].

Sastre, Daniel, *Arte y nación. El discurso de la historia del arte en el Japón Meiji,* Barcelona, Bellaterra, 2019.

Satō, Dōshin, *Modern Japanese Art and the Meiji State: The Politics of Beauty,* trad. de Hiroshi Nara, Los Ángeles, Getty Research Institute, 2011.

Sawaragi, Noi, «Rori poppu. Sono saishōgen no seimei», *Bijutsu techō,* 44 (1992), pp. 86-98.

Sawaragi, Noi, *Nihon gendai bijutsu,* Tokio, Shinchōsha, 1998.

Sawaragi, Noi, *Sensō to banpaku. World Wars and World Fairs,* Tokio, Bijutsu Shuppansha, 2005.

Sawaragi, Noi, y Nanjō Fumio, «Dangerously Cute», *Flash Art,* 25 (1992), pp. 75-77.

Schaller, Michael, «The Nixon 'Shocks' And U. S. - Japan Strategic Relations 1969-74», conferencia organizada por The National Security Archive y The Woodrow Wilson International Center for Scholars Asia Program The Smithsonian Institution, 1996. En línea: <https://nsarchive2.gwu.edu//japan/schaller.htm>. [Consultado: 25/04/2019].

Searle, Adrian, «Takashi Murakami», *The Guardian,* 25/11/2002. En línea: <https://www.theguardian.com/culture/2002/nov/25/artsfeatures1>. [Consultado: 07/12/2018].

Seaton, Philip, Yamamura Takayoshi, Sugawa Akiko y Jang Kyungjae, *Contents Tourism in Japan. Pilgrimages to "Sacred Sites" of Popular Culture,* Nueva York, Cambria Press, 2017.

Sei, Shōnagon, *El libro de la almohada,* trad. de Jorge Luis Borges y María Kodama, Madrid, Alianza Editorial, 2004.

Silverman, Debora, *Van Gogh and Gauguin: The Search for Sacred Art,* Nueva York, Strauss and Girous, 2000.

Steben, Barry D., «Nishi Amane and the Birth of "Philosophy" and "Chinese Philosophy" in Early Meiji Japan», en John Makeham (ed.), *Learning to Emulate the Wise: The Genesis of Chinese Philosophy as an Academic Discipline in Twentieth-Century China,* Hong Kong, Chinese University Press, 2012, pp. 39-72.

Steinberg, Marc, «Otaku consumption, superflat art and the return to Edo», *Japan Forum,* 16 (2004), pp. 449-471.

Stempel, Daniel, «Lafcadio Hearn: Interpreter of Japan», *American Literature,* 20 (1948), pp. 1-19.

Sullivan, Michael, *The Meeting of Eastern and Western Art,* California, University of California Press, 1989.

Swope, John, *A Letter from Japan: The Photographs of John Swope,* Los Ángeles, Grunwald Center for the Graphic Arts, 2006.

Tadokoro, Masayuki, «What did Japan fail to become the "Britain" of Asia?», en John Steinberg, Bruce Menning, David Schimmelpenninck, David Wolff y Yokote Shinji (eds.), *The Russo-Japanese War in Global Perspective: World War Zero. Vol. 2,* Leiden, Brill Academic Publishers, 2006, pp. 295-323.

Tatsumi, Yoshihiro, *Una vida errante,* Bilbao, Astiberri, 2009.

Tejerina, Laura, «"Japón para Otakus", un libro sobre turismo de manga y anime», *Cineturismo.es,* 19/09/2019. En línea: <https://www.cineturismo.es/japon-para-otakus-libro/>. [Consultado: 29/10/2019].

Tenmyouya, Hisashi (ed.), *BASARA. Japanese art theory crossing borders: from Jomon pottery to decorated trucks,* trad. de Urban Connections, Tokyo, Bijutsu Shuppan-sha, Co., Ltd., 2010.

Torikai, Shin'ichi, «Creatividad *Kawaii*», *NIPPONIA,* 40 (2007). En línea: <https://web-japan.org/nipponia/nipponia40/es/feature/feature13.html>. [Consultado: 05/07/2019].

Toriyama, Akira, «Spotlight», *Animerica,* 6 (1998), pp. 6-28. En línea: <https://www.kanzenshuu.com/press-archive/animerica-march-1998-spotlight -akira-toriyama/>. [Consultado: 15/03/2019].

Tosca, Susana, y Lisbeth Klastruo, *Transmedial Worlds and Everyday Life: Networked Reception, Social Media, and Fictional Worlds,* Londres, Routledge, 2019.

Treat, John W., *The Rise and Fall of Modern Japanese Literature,* Chicago, University of Chicago Press, 2018.

Trujillo, Ana, «El viaje de Takashi Murakami a Versalles», en Pilar Garcés y Lourdes Terrón (eds.), *Itinerarios, viajes y contactos Japón-Europa,* Valladolid, Peter Lang, 2013, pp. 945-958.

Trujillo, Ana, *La identidad como estrategia en la obra de Murakami Takashi. Un discurso de ida y vuelta,* tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense, 2016.

Tsuji, Nobuo, «Looking at Japanese art», en Anne Nishimura (ed.), *Takashi Murakami: Lineage of Eccentrics. A collaboration with Nobuo Tsuji and The Museum of Fine Arts, Boston,* Boston, MFA Publications, 2018, pp. 153-182.

Uriarte, Cristina de, «El viaje y su narración. Sobre actitudes e implicaciones del viajero-escritor», en Francisco Lafarga, Pedro Méndez y Alfonso Saura (eds.), *Literatura de viajes y traducción,* Granada, Comares, 2007, pp. 201-214.

Van Gogh, Vincent, *Las cartas. Volumen 2,* trad. de Marta Sánchez-Eguíbar, Madrid, Akal, 2007.

Van Gogh, Vincent, *Van Gogh Letters*. En línea: <http://vangoghletters.org/vg/letters/let620/letter.html>. [Consultado: 03/03/2017].

Vogel, Ezra F., *Japón n.º 1. Una lección para el mundo,* trad. de Francisco Oliván, Barcelona, Editores Técnicos Asociados, 1981.

VV AA., *Arte japonés y japonismo: Museo de Bellas Artes de Bilbao,* Bilbao, Museo de Bellas Artes de Bilbao, 2021.

Watanabe, Hirotaka, «Nihon no paburikku dipuromāshi: Japanizumu kara neojapanizumu e», *Journal of Law Politics and Sociology,* 84 (2011), pp. 153-174.

Weisberg, Gabriel P., «The creation of Japanisme», en Gabriel P. Weisberg, Edwin Becker y Evelyne Possémé (eds.), *The Origins of L'Art Nouveau: Empire,* Ámsterdam, Van Gogh Museum, 2004, pp. 51-71.

West, Phillip, Steven Levine y Jackie Hiltz, *America's Wars in Asia. A cultural approach to History and Memory,* Nueva York, M. E. Sharpe, 1998.

Wichmann, Siegfried, *Japonisme: The Japanese influence on Western art since 1858,* Londres, Thames & Hudson, 1999.

YAMANAKA, Tomomi, «The Birth of 'Otaku': Centring on Discourse Dynamics in *Manga Burikko*», en Patrick W. Galbraith, Thiam Huat Kam y Björn-Ole Kamm (eds.), *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons,* Londres, Bloomsbury Academic, 2015, pp. 35-50.

YANAGITA, Kunio, *Mitos populares de Japón: leyendas de Tōno,* trad. de Mariló Rodríguez del Arisal, Madrid, Quaterni, 2013.

YOSHITAKE, Mika, «El significado del sinsentido del exceso en Takashi Murakami», en Paul Schimmel (ed.), ©*MURAKAMI* [catálogo], trad. de Magali Martínez y Maribel Villarino, Bilbao, Museo Guggenheim Bilbao, 2009, pp. 106-123.

ZEMEL, Carol, *Van Gogh's progress: utopia, modernity, and late-nineteenth-century art,* Berkeley, University of California Press, 1997.

ZICARELLI, Guillaume, *Live on: Mr's Japanese Neo-pop,* documental, 2015. En línea: <https://www.youtube.com/watch?v=Ujn7KTIkFjI>. [Consultado: 01/06/2019].

# SEMBLANZA DEL AUTOR

Jaime Romero Leo (Cáceres, 1992) es doctor y graduado en Filosofía por la Universidad de Salamanca; la misma en la que obtuvo el Máster en Estudios Avanzados en Filosofía, con especialidad en Estética y Teoría de las Artes, y el Máster en Estudios de Asia Oriental, con mención de japonés. Ha sido investigador posdoctoral Margarita Salas en la Universidad de Salamanca e investigador posdoctoral Juan de la Cierva en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza. A lo largo de su formación académica ha participado en diversas publicaciones y actividades relacionadas con el arte contemporáneo japonés, la estética y teoría del arte y la cultura popular japonesa, destacando sus colaboraciones con entidades como Fundación Japón, Casa Asia, el Centro Cultural Hispano-Japonés de Salamanca, la Embajada de España en Japón y las Embajadas de Japón en España, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador y Panamá, entre otras. Además, ha realizado estancias de investigación en centros de reconocido prestigio como la Universidad de Nanzan (Nagoya), el Instituto de Lengua y Cultura Japonesa de la Fundación Japón-Kansai (Osaka) y la Universidad de Roskilde (Copenhague). En la actualidad realiza su investigación en la Universidad de Nagoya como becario MEXT. *Neojaponismo. Reflexiones en torno al auge y consolidación de la cultura popular japonesa* es su primer libro publicado.

# ÍNDICE

PRÓLOGO (Susana Tosca)..... 11
INTRODUCCIÓN..... 15

CAPÍTULO 1
HACIA EL NEOJAPONISMO..... 25
1.1. Del japonismo al neojaponismo: la nueva imagen de Japón a finales del siglo xx..... 27
1.2. Los ámbitos del neojaponismo: manga, figuras y *cosplay*..... 49
1.3. El imaginario estético como motor del viaje..... 78

CAPÍTULO 2
ENCUENTROS Y DESENCUENTROS CON OCCIDENTE: HACIA EL ORIGEN DE LA CULTURA POPULAR JAPONESA..... 103
2.1. El rechazo de la modernidad occidental..... 109
2.2. El nuevo vínculo con Estados Unidos..... 115
2.3. El milagro económico..... 127

CAPÍTULO 3
CRÍTICA DE LA CULTURA POPULAR DESDE LA FIGURA DEL *OTAKU*..... 143
3.1. Okada Toshio: el Edo *boom.* La cultura popular en el contexto posmoderno..... 156
3.2. Azuma Hiroki: la americanización de la cultura popular japonesa..... 171
3.3. Murakami Takashi: la infantilización *kawaii* de Japón..... 183

CAPÍTULO 4
EL NEOJAPONISMO EN EL CONTEXTO DEL *COOL JAPAN*..... 205
4.1. Ōtsuka Eiji: Crítica a la cultura popular japonesa ..... 222

EPÍLOGO ..... 239
¿Neojaponismo, postjaponismo…, o qué?..... 246

BIBLIOGRAFÍA ..... 249

SEMBLANZA DEL AUTOR ..... 267

Japón
Grupo de investigación
DGA - UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA